

იანვარი 1, 2026

ლოკალური SEO გზამკვლევი

ლოკალური SEO-ს სახელმძღვანელო 2026 წლის წარმატებისთვის

ლოკალური ბიზნესებისთვის

შექმნილია SEO სააგენტო - პორტალის მიერ

ნინო მჭედლიშვილი

სარჩევი

ლოკალური SEO დამწყებთათვის: ლოკალური სეო-ს მნიშვნელობა.....	6
ვინ სარგებლობს ლოკალური SEO-თი და რატომ?	6
ადვოკატები და იურიდიული ფირმები:.....	6
ექიმები და სამედიცინო პრაქტიკები:	7
ვინ ვერ ისარგებლებს ლოკალური SEO-თი?	8
ლოკალურ ძიებას მაინც სჭირდება ზოგადი ორგანული SEO	8
ლოკალური ძიება ხშირად ხმოვანი ძიებაა	9
ლოკალური ძიება ძირითადად მობილური ძიებაა.....	9
ლოკალურ SEO-ს სჭირდება გამოყოფილი სტრატეგია	9
ტოპ 25+ ლოკალური SEO სიგნალი გუგლში დასაწინაურებლად.....	11
ლოკალური პაკეტის (Map Pack) ბოლოდროინდელი ცვლილებები	11
რატომ არის Google-ის ლოკალური პაკეტი ასეთი მნიშვნელოვანი?	12
რა არის დაწინაურებისთვის მთავარი ლოკალური SEO სიგნალები?	12
ნაწილი 1: საბაზისო ლოკალური SEO სიგნალები	12
ნაწილი 2: გაფართოებული ლოკალური SEO სიგნალები	15
დასკვნა	17
ლოკალური კონკურენტების ანალიზი Google-ის ორგანულ ძიებაში.....	18
ფაქტორები, რომლებიც უნდა გაითვალისწინოთ ლოკალური კონკურენტების ანალიზისას. 18	
ბმულები (Links):	19
გვერდის შიდა ტექნიკური SEO (On-Page Technical SEO):	19
რა უნდა მივიღოთ კონკურენტების ანალიზის შედეგად?	20
კონტენტის ასპექტები ლოკალური კონკურენტების ანალიზისთვის	21
გვერდის შიდა ტექნიკური SEO (On-Page Technical SEO)	21
კონკურენტების კვლევის "მოტყუება" (ეფექტური მეთოდი)	22
კონკურენტული საკვანძო სიტყვების კვლევა	22
ლოკალური SEO: კონკურენტების ანალიზი ადგილობრივ ორგანულ ძიებაში	24
რა ფაქტორები უნდა შევითვალისწინოთ ადგილობრივი კონკურენციის ანალიზში?.....	24
რას უნდა მიაქციოთ ყურადღება კონკურენტების ანალიზის დროს?	26
კონტენტის განხილვა ადგილობრივი კონკურენტების ანალიზისთვის	28

ონ-ფეიჯ ტექნიკური SEO.....	28
როგორ „გაიმარტივოთ“ კონკურენტების კვლევა?	30
კონკურენტული საკვანძო სიტყვების კვლევა	31
იპოვეთ საუკეთესო საკვანძო სიტყვები: მაღალი საძიებო მოცულობა, დაბალი კონკურენცია და კონკრეტული მიზანი.....	31
რა არის NAP	33
რა არის NAP და მომხმარებლის გამოცდილება, რატომ არის ისინი გადამწყვეტი ადგილობრივი SEO-სთვის	33
როდის იწყება მომხმარებლის ინტერაქცია ბრენდთან?	34
ზარმაცი ლოკალური გვერდები არავის ეხმარება	35
კარგი ლოკალური ღირებულების გვერდების შექმნა	36
NAP თანმიმდევრულობა	37
არათანმიმდევრული NAP-ის გავრცელებული მაგალითები.....	37
Google Local Pack: მომხმარებლის გამოცდილება და ატრიბუცია	38
დირექტორიის ატრიბუცია	39
Google Business Profile-ის სრული გზამკვლევი	40
Google Business Profile: საფუძვლები	40
Google Business Profile-ის შექმნა	41
საწყისი ინფორმაციის შეყვანა.....	42
Google Business Profile-ის ვერიფიკაცია	43
Google Business Profile-ის გამოქვეყნება	43
1. შეავსეთ პროფილის ყველა მონაცემი.....	44
2. ჩართეთ საკვანძო სიტყვები (Keywords)	44
3. შეინარჩუნეთ ბიზნესის ზუსტი სამუშაო საათები	44
4. დაამატეთ ფოტოები	44
5. მართეთ და უპასუხეთ მომხმარებელთა შეფასებებს	45
6. მიეცით მომხმარებლებს შეტყობინებების გაგზავნის საშუალება.....	45
7. გამოიყენეთ ლოკალური პოსტები (Local Posts).....	45
8. დარჩით დაკავშირებული COVID-19-ის დროს.....	46
9. გამოიყენეთ სპეციალური ატრიბუტები	47
10. გამოიყენეთ პროდუქტის კატალოგი	47
ფოტოები და ვიდეოები თქვენი Google Business Profile-ისთვის	47
ქავერ ფოტო (Cover Photo)	48
ინტერიერის ფოტოები.....	48
ვიდეო	48
დამატებითი ფოტოები	48

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

Google Business Profile Insights-ის მონიტორინგი	49
როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს.....	49
სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე.....	49
მომხმარებლის ქმედებები	50
მიმართულებების მოთხოვნები	50
სატელეფონო ზარები.....	51
ფოტოები.....	51
რა არის და როგორ მოვიძიოთ ლოკალური ლინკები.....	52
რა არის ლოკალური ლინკი?.....	52
დაიწყეთ ციტირებების (Citations) შექმნა	53
1. Yext	54
2. Moz Local	54
3. BrightLocal	55
4. Whitespark	55
მაშ სად არის შესაძლებლობები? ყველგან, სადაც იპოვით!.....	57
გახსენით ლინკების ხელსაწყო და დაიწყეთ პოტენციური პარტნიორების მოძიება	58
როგორ მოვიძიოთ მეტი ლინკების შესაძლებლობა	58
სად და როგორ მოვიპოვოთ სწორი შეფასებები თქვენი ბიზნესისთვის.....	60
1. Google Business Profile.....	60
Google Business Profile-ის შექმნა და ოპტიმიზაცია.....	61
კიდევ რამდენიმე რჩევა Google შეფასებების მისაღებად	62
2. ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტები	63
3. პროდუქტის სარევიზიო საიტები	64
4. სოციალური მედია.....	65
გააზიარეთ მომხმარებელთა შეფასებები	66
უპასუხეთ ონლაინ შეფასებებს ყველა თქვენს პლატფორმაზე	66
მოაგვარეთ მომხმარებელთა პრობლემები საჯაროდ სოციალურ მედიაში	66
ლოკალური SEO ხელსაწყოები: 2026 წლის საუკეთესო სისტემები თქვენი ბიზნესის	
ბილგადობისთვის	69
რატომ არის ლოკალური SEO 2026-ში უფრო მნიშვნელოვანი, ვიდრე ოდესმე?.....	69
როგორ დაგეხმარებათ ლოკალური SEO ხელსაწყოები?	69
ლოკალური SEO სტრატეგია საწარმოებისთვის და ფრენჩაიზებისთვის – 2026 წლის	
გზამკვლევი.....	70
რატომ არის ლოკალური SEO სტრატეგია გადამწყვეტი ქართულ ბაზარზე?	70

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

5 ძირითადი პრობლემა, რომელიც ანგრევს ლოკალურ SEO-ს.....	70
1. არ არის სტრუქტურირებული გეგმა.....	70
2. არარაციონალური ბიუჯეტი	70
3. პასუხისმგებლობის დიფუზია	70
4. გადაწყვეტილების დაბრკოლებები	71
5. უკონტროლო მიმოხილვები.....	71
პირველი ნაბიჯი: გააკეთე ის, რასაც სხვები უგულებელყოფენ	71
5 ძირითადი მიმართულება წარმატებული ლოკალური SEO-სთვის	71
1. გვერდზე ლოკალური SEO	71
2. Google Business Profile-ის მართვა	72
3. ციტირების მართვა.....	72
4. ლოკალური ბმულების შექმნა	72
5. მომხმარებელთა მიმოხილვები	73
დასკვნა: გამარჯვებული ხდება ის, ვინც მექანიზმებს მარტივად აკეთებს.....	73
ლოკალური SEO კონტენტის 9 ეფექტური ტიპი.....	74
Google Business Profile: საფუძვლები	74
Google Business Profile-ის შექმნა	75
საწყისი ინფორმაციის შეყვანა.....	76
Google Business Profile-ის ვერიფიკაცია	77
Google Business Profile-ის გამოქვეყნება	77
1. შეავსეთ პროფილის ყველა მონაცემი.....	78
2. ჩართეთ საკვანძო სიტყვები (Keywords)	78
3. შეინარჩუნეთ ბიზნესის ზუსტი სამუშაო საათები	78
4. დაამატეთ ფოტოები	78
5. მართეთ და უპასუხეთ მომხმარებელთა შეფასებებს	79
6. მიეცით მომხმარებლებს შეტყობინებების გაგზავნის საშუალება.....	79
7. გამოიყენეთ ლოკალური პოსტები (Local Posts).....	79
8. დარჩით დაკავშირებული COVID-19-ის დროს.....	80
9. გამოიყენეთ სპეციალური ატრიბუტები	81
10. გამოიყენეთ პროდუქტის კატალოგი	81
ფოტოები და ვიდეოები თქვენი Google Business Profile-ისთვის.....	81
ქვერ ფოტო (Cover Photo)	82
ინტერიერის ფოტოები.....	82
ვიდეო	82
დამატებითი ფოტოები	82
Google Business Profile Insights-ის მონიტორინგი	83
როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს.....	83
სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე.....	83

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

მომხმარებლის ქმედებები	84
მიმართულებების მოთხოვნები	84
სატელეფონო ზარები.....	85
ფოტოები.....	85

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური SEO დამწყებთათვის: ლოკალური სეო-ს მნიშვნელობა

ბევრი ბიზნესის მფლობელის უჩნდება შეკითხვა: ნამდვილად მჭირდება [ლოკალური SEO](#)? ეს კითხვა სავსებით ნორმალურია. თქვენ დაკავებული ხართ – თქვენი დრო, ბიუჯეტი და ენერგია ძვირფასი რესურსებია. ნამდვილად გჭირდებათ კიდევ ერთი საკითხი, რაზეც მუდმივად უნდა იზრუნოთ?

თუ თქვენი მიზანია ადგილობრივი მომხმარებლების მოზიდვა – იქნება ეს ფიზიკურ მაღაზიაში ვიზიტი, ონლაინ ან სატელეფონო შეკვეთა, შეხვედრის დაჯავშნა, კლინიკაში ვიზიტი თუ სხვა ტიპის ბიზნეს აქტივობა – მაშინ პასუხი ცალსახაა: დიახ, თქვენ ნამდვილად გჭირდებათ **ლოკალური SEO**!

ვინ სარგებლობს ლოკალური SEO-თი და რატომ?

ლოკალური SEO-სგან სარგებელს იღებს პრაქტიკულად ყველა ტიპის ბიზნესი, რომელიც ემსახურება მომხმარებლებს კონკრეტულ გეოგრაფიულ რეგიონში. ეს მოიცავს:

- საცალო მაღაზიებს
- სერვისებზე დაფუძნებულ ბიზნესებს (სანტექნიკოსები, ელექტრიკოსები და ა.შ.)
- რესტორნებსა და სასტუმროებს
- საავადმყოფოებსა და კლინიკებს
- ბანკებს
- სამშენებლო კომპანიებს
- იურიდიულ ფირმებს და ბევრ სხვას.

მოდით, განვიხილოთ რამდენიმე კონკრეტული მაგალითი:

ადვოკატები და იურიდიული ფირმები:

ლოკალური SEO-ს ერთ-ერთი უდიდესი უპირატესობა ამ სფეროსთვის არის ის, რომ Google პირდაპირ აჩვენებს "დარეკვის" ღილაკს ლოკალური ძიების შედეგებში მობილურ ტელეფონებზე. როდესაც პოტენციური კლიენტი ეძებს "[სპეციალიზაციის] ადვოკატს", ის ხედავს მიზნობრივ შედეგებს მისი კონკრეტული ლოკაციისთვის.

სწორად დანერგილი **ლოკალური SEO** სტრატეგია ადვოკატს ძიების შედეგების სათავეში მოახვედრებს, სადაც მთავარი მოწოდება მოქმედებისკენ (CTA) სწორედ "დაგვირეკეთ" ღილაკი იქნება. ეს განსაკუთრებით ეფექტურია, რადგან ადამიანები, რომლებსაც სწრაფი იურიდიული დახმარება სჭირდებათ (ავარია, სხვა ინციდენტი), ხშირად პირდაპირ ტელეფონით ეძებენ ადვოკატებს უფასო კონსულტაციისთვის. **ლოკალური SEO** მათ საშუალებას აძლევს, ზუსტად საჭირო დროს დაინახონ თქვენი შეთავაზება.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

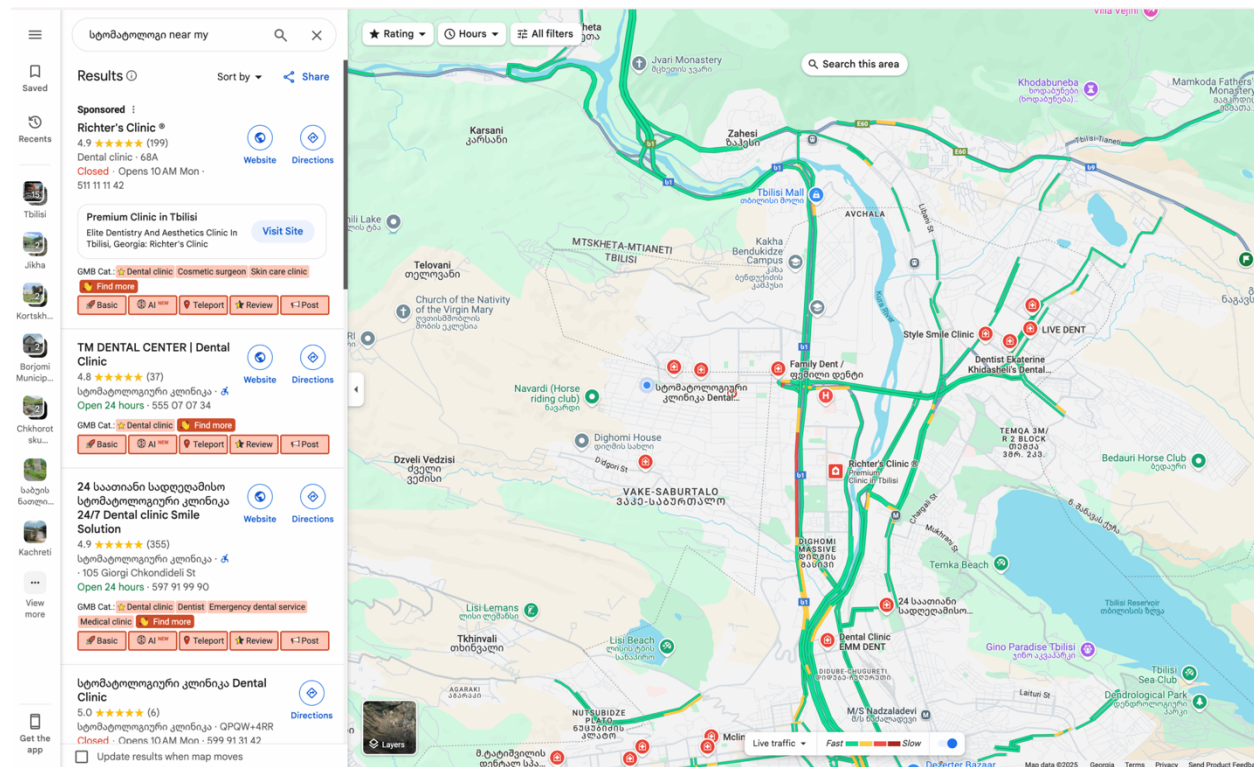
Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ექიმები და სამედიცინო პრაქტიკები:

როდესაც ვინმე სამედიცინო პროფესიონალს ეძებს, ხშირად იყენებს ფრაზებს, როგორიცაა "[სპეციალობის ექიმი] ჩემთან ახლოს" ან "ახლომდებარე [სპეციალობის ექიმი]".

ადამიანების უმეტესობას არ სურს შორ მანძილზე მგზავრობა ექიმთან ვიზიტისთვის. მათ სურთ ახლომდებარე ექიმი რეგულარული ვიზიტებისთვის. გასწავთვრებით ეს ესება კბილის ტკივილს, სხეულის ფიზიკურ დაზიანებას. ანუ ისეთ სამედიცინო პრობლემას, რომელიც სწრაფად უნდა გადაიჭრას.



ლოკალური ძიების შედეგები ([Google Map Pack](#)) აჩვენებს ექიმის / კლინიკის სახელს, მისამართს და რაც მთავარია, "მარშრუტის" ბმულს, რომელიც მომენტალურად ხსნის რუკის აპლიკაციას მომხმარებლის ტელეფონში. ასევე, მარტივია დარეკვა შეხვედრის დასაჯავშნად.

სანტექნიკოსები:

როდესაც ადამიანს სანტექნიკასთან დაკავშირებული გადაუდებელი პრობლემა აქვს, ის პირდაპირ მაღაზიაში არ გარბის. ის, როგორც წესი, Google-ში ეძებს "სანტექნიკოსი ჩემთან ახლოს".

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

[Google](#)-ის ძიების შედეგები მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, მყისიერად დაურეკოს სანტექნიკოსს, წაიკითხოს შეფასებები და სწრაფად მიიღოს დახმარება.

ვინ ვერ ისარგებლებს ლოკალური SEO-თი?

მიუხედავად იმისა, რომ **ლოკალური SEO** ბევრი ბიზნესისთვის სასარგებლოა, არსებობს გამონაკლისებიც. ზოგიერთი ბიზნესი მოდელი უბრალოდ არ საჭიროებს ლოკალურ ოპტიმიზაციას:

- მხოლოდ ონლაინ კომერციული მაღაზიები (რომლებსაც ფიზიკური ლოკაცია არ აქვთ მომხმარებლისთვის).
- ბიზნესები, რომლებსაც არ სურთ თავიანთი ლოკალური ინფორმაციის (მისამართის) საჯაროდ გამჟღავნება.
- კერძო ონლაინ გამყიდველები, რომლებსაც სურთ ანონიმურობის შენარჩუნება.

ლოკალურ ძიებას მაინც სჭირდება ზოგადი ორგანული SEO

ლოკალური SEO-ს შედეგები ხშირად Google-ის რუკების პაკეტის (Map Pack) სახით ჩანს, თუმცა თქვენი ვებსაიტის ზოგადი ორგანული რანჟირებაც მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ეს ეხმარება Google-ს განსაზღვროს თქვენი ბიზნესის "გავლენიანობა" (Prominence), რაც ლოკალური რანჟირების ერთ-ერთი მთავარი სიგნალია.

დღეს თამაშს წესებს კარნახობს:

- მომხმარებლის გამოცდილება (UX) და ქცევის სიგნალები.
- [E-E-A-T](#) (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness - გამოცდილება, ექსპერტიზა, ავტორიტეტულობა, სანდოობა).
- მაღალი ხარისხის კონტენტი.
- ხარისხიანი ბმულები (Links).
- გამართული ტექნიკური SEO.

მაგრამ არ დაგავიწყდეთ, რომ არსებობს სპეციფიკურად **ლოკალური SEO** ფაქტორები, რომლებსაც ყურადღება უნდა მიაქციოთ:

- სწორი ლოკალური საკვანძო სიტყვებისა და თემების მოძიება.
- უმაღლესი დონის ტექნიკური SEO-ს უზრუნველყოფა.
- საუკეთესო ხარისხის კონტენტის შექმნა ლოკალური აუდიტორიისთვის.
- ბმულების მოპოვება (Link Building) ავტორიტეტის ასამაღლებლად.
- [NAP](#) ინფორმაციის (სახელი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი) სიზუსტისა და თანმიმდევრულობის შემოწმება სხვადასხვა ონლაინ წყაროში.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- ლოკალური რანჟირების სიგნალებზე ოპტიმიზაცია (ამაზე დეტალურად შემდეგ თავებში ვისაუბრებთ).

ლოკალურ ფოკუსზე გადასვლისას, თქვენი სტანდარტული SEO მეთოდები შეიძლება ოდნავ შეიცვალოს ტრადიციულ მიდგომებთან შედარებით.

ლოკალური ძიება ხშირად ხმოვანი ძიებაა

სმარტფონების, Amazon Echo-სა და Google Home-ის მსგავსი მოწყობილობების გავრცელებასთან ერთად, ხმოვანი ძიება ლოკალური ინფორმაციის მოძიების პოპულარულ მეთოდად იქცა. ბევრისთვის უფრო მარტივია თქვას "იპოვე ექიმი ჩემთან ახლოს" ან "იპოვე სანტექნიკოსი ჩემთან ახლოს", ვიდრე იგივე ტექსტი აკრიფოს.

ამიტომ, გასაკვირი არ არის ლოკალური სამიზნე მოთხოვნების ზრდა, რომლებიც სასაუბრო, ხმოვან სტილზეა დაფუძნებული.

თუ თქვენი ბიზნესი სერვისზეა ორიენტირებული: სცადეთ საკვანძო სიტყვების ვარიაციები, რომლებიც კითხვებს შეიცავს. ინსტრუმენტები, როგორიცაა [Semrush](#)-ის Topic Research Tool ან [AnswerThePublic](#), დაგეხმარებათ იპოვოთ კითხვები, რომლებსაც ადამიანები ეძებენ. ეს კარგი გზაა ლოკალური SEO-სთვის საკვანძო სიტყვების მოსაძიებლად.

თუ თქვენ გაქვთ ფიზიკური ლოკაცია (მაღაზია, რესტორანი, ოფისი): ფოკუსირდით საკვანძო სიტყვების სასაუბრო ვარიანტებზე.

ლოკალური ძიება ძირითადად მობილური ძიებაა

ვიცით, რომ ლოკალური ძიებების მნიშვნელოვანი ნაწილი მობილური მოწყობილობებიდან ხორციელდება და რომ მობილურზე მორგება (Mobile-friendliness) Google-ის რანჟირების ფაქტორია. რას ნიშნავს ეს და მობილურზე პრიორიტეტული ინდექსირება (Mobile-First Index) თქვენი ლოკალური SEO სტრატეგიისთვის?

Google-მა უკვე მოახდინა რუკების პაკეტის (Map Pack) ოპტიმიზაცია მობილური მომხმარებლებისთვის. მაგრამ თქვენი პასუხისმგებლობაა, შექმნათ მოსახერხებელი და კომფორტული ვებსაიტი და უზრუნველყოთ, რომ Google-ს ესმის (ანუ შეუძლია წაიკითხოს) გამართული ტექნიკური SEO-ს საშუალებით.

ლოკალურ SEO-ს სჭირდება გამოყოფილი სტრატეგია

ეს არ ნიშნავს, რომ ლოკალური SEO-მ თქვენი დროის უდიდესი ნაწილი უნდა წაიღოს. ის ეფუძნება ზოგად SEO პრინციპებს, მაგრამ მოითხოვს სპეციფიკურ მიდგომებსა და ტაქტიკებს.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

შემდეგ თავებში ჩვენ განვიხილავთ დეტალურ ჩამონათვალს (checklist) თქვენი ახალი ან გაუმჯობესებული **ლოკალური SEO** სტრატეგიისთვის, ჩავუღრმავდებით მის სხვადასხვა ასპექტს და გაგიზიარებთ ექსპერტების რჩევებსა და საჭირო ინსტრუმენტებს.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ტოპ 25+ ლოკალური SEO სიგნალი გუგლში დასაწინაურებლად

ლოკალური ბიზნესის გუგლში დაწინაურება სულ უფრო რთული ხდება სამი ძირითადი მიზეზის გამო:

1. **მობილური მოწყობილობების გამოყენების ზრდა:** სულ უფრო მეტი ადამიანი იყენებს სმარტფონს ახლომდებარე ბიზნესების მოსაძებნად.
2. **გაზრდილი კონკურენცია:** ბიზნესები აცნობიერებენ ლოკალური SEO-ს მნიშვნელობას, რაც საძიებო შედეგებს უფრო კონკურენტულს ხდის.
3. **Google ლოკალური პაკეტის (Map Pack) შემცირება:** ადრე თუ ტოპ 7 შედეგი ჩანდა, ახლა ხშირად მხოლოდ ტოპ 3 ბიზნესი ჩანს რუკაზე.

მაშ, რა არის საჭირო იმისათვის, რომ ამ კონკურენტულ ლოკალურ შედეგებში მოხვდეთ და თქვენი პოტენციური მომხმარებლების თვალწინ აღმოჩნდეთ?

ამ სტატიაში გაეცნობით 25+ კონკრეტულ ლოკალურ SEO სიგნალს, რომელთა გააზრება და ოპტიმიზაცია დაგეხმარებათ ადგილობრივ ძიებაში მაქსიმალური შედეგის მისაღწევად და გუგლში დასაწინაურებლად.

პირველ რიგში, ვნახოთ, რატომ არის Google-ის ლოკალური პაკეტის (Map Pack) ცვლილებები ასეთი მნიშვნელოვანი ბიზნესისთვის.

ლოკალური პაკეტის (Map Pack) ბოლოდროინდელი ცვლილებები

რომლებიც უნდა იცოდეთ

Google-ის ლოკალური პაკეტი არის საძიებო შედეგების ბლოკი, რომელიც ჩნდება, როდესაც მომხმარებელი აკეთებს მოთხოვნას ლოკალური განზრახვით (მაგ., "რესტორნები ჩემთან ახლოს"). [Google](#) აქ აჩვენებს სამ ყველაზე რელევანტურ შედეგს ორგანული სიის თავზე.

ლოკალური პაკეტის მნიშვნელობა იმდენად დიდია, რომ Google მუდმივად ცვლის და აუმჯობესებს მას მომხმარებლებისთვის მეტი სარგებლის მოსატანად.

მაგალითად, დესკტოპ ვერსიაში, როდესაც ეძებთ ადგილებს ან ბიზნესებს თქვენს სიახლოვეს, ლოკალური შედეგები გამოჩნდება მარცხნივ, ხოლო რუკა – მარჯვნივ, რაც ძიებას კიდევ უფრო მოსახერხებელს ხდის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რატომ არის Google-ის ლოკალური პაკეტი ასეთი მნიშვნელოვანი?

- ის მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, მაქსიმალური კომფორტით სწრაფად იპოვოს ახლომდებარე ბიზნესი.
- მომხმარებელს შეუძლია ნახოს სამუშაო საათები, ტელეფონის ნომერი, შეფასებები და სხვა ინფორმაცია ვებსაიტზე გადასვლის გარეშე.

თქვენი ბიზნესისთვის ლოკალურ დონეზე **გუგლში დაწინაურება** სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. ლოკალური SEO უნდა იყოს თქვენი საერთო ოპტიმიზაციის სტრატეგიის კრიტიკული კომპონენტი, თუ გსურთ გაზარდოთ Google-ის ლოკალურ პაკეტში მოხვედრის შანსი.

როგორც Google-ის ყველა ალგორითმის შემთხვევაში, არ არსებობს ზუსტი ფორმულა საუკეთესო პოზიციებზე მოსახვედრად და კონკურენცია მძაფრია. თუმცა, ეს სტატია გამოკვეთს მნიშვნელოვან ნაბიჯებს, რომლებიც შეგიძლიათ გადადგათ თქვენი ლოკალური ონლაინ წარმომადგენლობის გასაძლიერებლად და **გუგლში დაწინაურების** შანსების გასაზრდელად.

რა არის დაწინაურებისთვის მთავარი ლოკალური SEO სიგნალები?

კრიტიკული **ლოკალური SEO სიგნალები** ორ ძირითად კატეგორიად დავყავით:

- **საბაზისო სიგნალები:** ეს მოიცავს ყველაზე ფუნდამენტურ ფაქტორებს. ეს არის აუცილებელი მინიმუმი, რაც უნდა გაკეთდეს **გუგლში დაწინაურებისთვის**.
- **გაფართოებული ლოკალური სიგნალები:** ეს მოიცავს უფრო რთულ სიგნალებს, რომლებიც დაგეხმარებათ კონკურენტებზე წინ გასვლასა და ტოპ პოზიციების დაკავებაში.

ნაწილი 1: საბაზისო ლოკალური SEO სიგნალები

1. Google Business Profile (ყოფილი Google My Business)

თქვენი Google Business Profile-ის (GBP) შექმნა და დადასტურება მარტივი და უფასოა.

ეს არის ერთ-ერთი ყველაზე მარტივი და ეფექტური გზა თქვენი ლოკალური SEO-ს გასაუმჯობესებლად და **გუგლში დაწინაურებისთვის**.

არსებობს ორი მეთოდი:

1. შეიყვანეთ ბიზნესის სახელი და მისამართი და აირჩიეთ ძიების შედეგებიდან.
2. იპოვეთ თქვენი ბიზნესი Google Search-ში ან Google Maps-ზე და დააკლიკეთ "ამ ბიზნესის დადასტურება" (Claim this Business).

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

2. Google Business Profile კატეგორიები

კატეგორიები აღწერს თქვენს ბიზნესს და ეხმარება დაგიკავშიროთ მომხმარებლებთან, რომლებიც თქვენს სერვისებს ეძებენ.

აირჩიეთ ძირითადი კატეგორია, რომელიც ყველაზე ზუსტად აღწერს თქვენს ბიზნესს მთლიანობაში და იყავით კონკრეტული. მაგალითად, თუ მანიკურის სალონი ხართ, აირჩიეთ "მანიკურის სალონი" და არა ზოგადად "სალონი".

3. ფოტოები Google Business Profile-ზე

შეგიძლიათ დაამატოთ ფოტოები ან ვიდეოები თქვენს GBP გვერდზე. ეს შეიძლება იყოს თქვენი ლოკაციის, პროდუქტების, თანამშრომლების და მომხმარებლების (მათი ნებართვით) სურათები.

ფოტოები თქვენს პროფილს უფრო საინტერესოს და სანდოს ხდის და ასევე წარმოადგენს მნიშვნელოვან ლოკალურ SEO სიგნალს, რომელიც გუგლში დაწინაურებას უწყობს ხელს.

4. Bing Places for Business

Google ყველაზე პოპულარული საძიებო სისტემაა, მაგრამ Bing-ს მაინც აქვს მცირე წილი გლობალურ ბაზარზე.

საქართველოში ეს წილი გაცილებით მცირეა, მაგრამ მაინც ღირს თქვენი ბიზნესის Bing Places for Business-ზე დარეგისტრირება.

5. ონლაინ კატალოგები/ციტირებები (Citations)

დაადასტურეთ თქვენი ბიზნესი სხვა პოპულარულ ონლაინ კატალოგებში და პლატფორმებზე. საქართველოში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია:

- **Apple Maps:** აუცილებელია iPhone-ის მომხმარებლებისთვის.
- **ადგილობრივი ონლაინ კატალოგები:** მოიძიეთ და დაარეგისტრირეთ თქვენი ბიზნესი პოპულარულ ქართულ ბიზნეს კატალოგებში.
- **Facebook:** (იხ. პუნქტი 11).

მთავარია: თქვენი ბიზნესის სახელის, მისამართისა და ტელეფონის ნომრის (NAP - Name, Address, Phone) სიზუსტე და თანმიმდევრულობა ყველა ამ პლატფორმაზე. ეს კრიტიკული ლოკალური SEO სიგნალია გუგლში დაწინაურებისთვის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

6. პროფილები სარევიუო საიტებზე (Review Sites)

შეფასებებს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს. ადგილობრივი მომხმარებლები აქტიურად იყენებენ:

- **Google Reviews:** ყველაზე მნიშვნელოვანი პლატფორმა. Google-ის შეფასებებს ყველაზე დიდი წონა აქვს ლოკალური SEO-სთვის და [გუგლში დაწინაურებისთვის](#).
- **Facebook Reviews:** ასევე ძალიან პოპულარული და ხილვადი პლატფორმაა საქართველოში.
- **სხვა სპეციფიკური პლატფორმები:** შესაძლოა არსებობდეს თქვენი ინდუსტრიისთვის სპეციფიკური სარევიუო საიტები ან ფორუმები.

დარწმუნდით, რომ თქვენი ბიზნესი წარმოდგენილია ამ პლატფორმებზე და წახალისეთ მომხმარებლები, დატოვონ შეფასებები.

7. დადებითი შეფასებების რაოდენობა

დადებითი შეფასებების მიღება და მომხმარებლებთან ურთიერთობა მნიშვნელოვანია.

Google-ის თანახმად, მაღალი ხარისხის, დადებითი შეფასებები ზრდის თქვენი ბიზნესის ხილვადობას და იმის ალბათობას, რომ მომხმარებელი გეწვევით, რაც ხელს უწყობს გუგლში დაწინაურებას.

გაფრთხილება: Google-ის (და სხვა პლატფორმების) წესების დარღვევა შეფასებების ყიდვა ან მათი რაიმეს სანაცვლოდ მოთხოვნა.

8. შეფასებები საკვანძო სიტყვებითა და ლოკაციით

როდესაც რევიუერი იყენებს ქალაქის სახელს ან relevant საკვანძო სიტყვებს თავის შეფასებაში, ეს Google-ს უგზავნის დადებით სიგნალს, რომ თქვენ სანდო ადგილობრივი ბიზნესი ხართ, რაც გუგლში დაწინაურებას ეხმარება.

9. შეფასებები პასუხებით

Google-ის შეფასებებზე მფლობელის პასუხები აჩვენებს, რომ გვერდი აქტიურად იმართება და თქვენ ზრუნავთ მომხმარებლებზე. ეს ნდობას აყალიბებს და პოზიტიური ლოკალური SEO სიგნალია.

10. უპასუხოდ დატოვებული ნეგატიური შეფასებების პროცენტი

მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ის, თუ რამდენ შეფასებას უპასუხებთ, არამედ ისიც, თუ რამდენ ნეგატიურ შეფასებას ტოვებთ უპასუხოდ.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

აუცილებელია გქონდეთ გეგმა ყველა შეფასებაზე, განსაკუთრებით კი ნეგატიურზე, რეაგირებისთვის.

11. Facebook ბიზნეს გვერდის შექმნა და ოპტიმიზაცია

საქართველოში უამრავი ადამიანი Facebook-ს ლოკალური ბიზნესების მოსამძებნად იყენებს.

აუცილებლად შექმენით ბიზნეს გვერდი და განაახლეთ ის თქვენი ვებსაიტით, სამუშაო საათებით, მისამართით, ტელეფონით და დეტალური აღწერით. სოციალური სიგნალები ზრდიან ხილვადობას და ირიბად ეხმარებიან გუგლში დაწინაურებას.

12. სოციალური მედიის პროფილები (Social Listings)

მინიმუმ, დაარეგისტრირეთ თქვენი ბიზნესი პოპულარულ სოციალურ ქსელებში ([Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) და ა.შ.).

დაამაგრეთ პოსტი, რომელიც მომხმარებლებს მოუწოდებს დარეკვისკენ, ვებსაიტზე გადასვლისკენ ან გამოწერისკენ.

მნიშვნელოვანია: მომხმარებლები სოციალურ ქსელებში სწრაფ პასუხს ელიან.

13. თანმიმდევრული NAP ინფორმაცია (სახელი, მისამართი, ტელეფონი)

იყავით აბსოლუტურად თანმიმდევრული თქვენი NAP ინფორმაციის მითითებისას ყველა პლატფორმაზე. ეს კრიტიკულად მნიშვნელოვანი [ლოკალური SEO](#) სიგნალია გუგლში დაწინაურებისთვის.

ყურადღება მიაქციეთ დეტალებს, რათა თავიდან აიცილოთ დაბნეულობა.

14. მობილურზე მორგება (Mobile Responsiveness)

Google პირველ რიგში აფასებს თქვენი ვებსაიტის მობილურ ვერსიას. თქვენი საიტი აუცილებლად უნდა იყოს მობილურ მოწყობილობებზე მორგებული. ეს აუცილებელი პირობაა კარგი გუგლში დაწინაურებისთვის.

ნაწილი 2: გაფართოებული ლოკალური SEO სიგნალები

15. სტრუქტურირებული მონაცემების მარკირება (Schema Markup)

სტრუქტურირებული მონაცემები ეხმარება საძიებო სისტემებს, უკეთ გაიგონ თქვენი ვებსაიტის კონტენტი (მისამართი, საათები, ტელეფონი და ა.შ.).

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

Google რეკომენდაციას უწევს მათ გამოყენებას, რადგან ეს ხელს უწყობს ინფორმაციის სწორად ინდექსირებას და გუგლში დაწინაურებას.

16. კლიკების მაჩვენებელი საძიებო შედეგებიდან (CTR - Click-Through Rate)

თუ მომხმარებლები ხშირად აკლიკებენ თქვენს ბმულს საძიებო შედეგებში (მაღალი CTR), ეს Google-ისთვის დადებითი სიგნალია.

დარწმუნდით, რომ თქვენი გვერდის სათაურები (Meta Titles) და აღწერები (Meta Descriptions) მიმზიდველი და რელევანტურია.

17. ლოკალიზებული კონტენტი

რეგულარულად შექმენით ლოკალურ თემატიკაზე მორგებული კონტენტი.

ორგანულად ჩასვით თქვენი საკვანძო სიტყვები და ლოკაციის დასახელება (მაგ. სტატიები ადგილობრივ თემებზე, ღონისძიებებზე).

18. On-Page ოპტიმიზაცია: ლოკაცია + საკვანძო სიტყვა

მოახდინეთ ვებსაიტის ტექსტებისა და სათაურების ოპტიმიზაცია ლოკაციით: "კონდიციონერის შეკეთება თბილისში".

19. სათაური (Title) + მეტა აღწერა (Meta Description)

სადაც შესაძლებელია, ჩასვით თქვენი მთავარი საკვანძო სიტყვა და ლოკაცია გვერდის სათაურში (Title Tag) და მეტა აღწერაში (Meta Description). ეს ძლიერი ლოკალური SEO სიგნალია.

20. მაღალი ხარისხის შემომავალი ბმულები (Inbound Links)

ბმულები ვებსაიტებიდან, რომლებსაც Google ენდობა, ზოგადად კარგია SEO-სთვის და ხელს უწყობს გუგლში დაწინაურებას.

21. შემომავალი ბმულების მრავალფეროვნება (Diversity)

სასურველია გქონდეთ მრავალფეროვანი, ხარისხიანი და ბუნებრივად მოპოვებული შემომავალი ბმულები სხვადასხვა ტიპის საიტებიდან.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

22. შემომავალი ბმულები ლოკალური, რელევანტური საიტებიდან

ბმულები ადგილობრივი ახალი ამბების საიტებიდან, ბლოგებიდან და ა.შ. ამტკიცებს, რომ თქვენს საიტს ენდობიან რეგიონში. ეს ერთ-ერთი უძლიერესი ლოკალური SEO სიგნალია.

23. შემომავალი ბმულები ლოკაციით + საკვანძო სიტყვით წამყვან ტექსტში (Anchor Text)

განსაკუთრებით ფასობს ბმული მაღალი ავტორიტეტის მქონე საიტიდან, რომლის წამყვანი ტექსტი შეიცავს როგორც თქვენს ქალაქს/უბანს, ასევე მთავარ საკვანძო სიტყვას.

24. სიახლოვე მაძიებლებთან (Proximity)

თქვენი ფიზიკური მდებარეობის სიახლოვე მომხმარებელთან ერთ-ერთი უძლიერესი ფაქტორია გუგლში დაწინაურებისთვის ლოკალურ ძიებაში. ამიტომაც GBP და NAP სიზუსტე მნიშვნელოვანია.

25. ვებსაიტის დომენის ავტორიტეტი (Domain Authority)

დომენის ავტორიტეტის გაზრდა გრძელვადიან პერსპექტივაში ძალიან მომგებიანია [გუგლში დაწინაურებისთვის](#).

დასკვნა

რას ნიშნავს ყველა ეს ლოკალური SEO სიგნალი თქვენი სტრატეგიისთვის?

ორი მთავარი დასკვნა:

1. **თქვენი Google Business Profile** არის პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი ადგილი, საიდანაც უნდა დაიწყოთ ლოკალური SEO ოპტიმიზაცია. დაადასტურეთ, შეავსეთ ზუსტად, აირჩიეთ კატეგორიები, მოიპოვეთ და უპასუხეთ შეფასებებს.
2. **ფოკუსირდით დიდ სურათზე** – ჰოლისტურ SEO სტრატეგიაზე. შექმენით ხარისხიანი ბმულების პროფილი, სასარგებლო კონტენტი ლოკალური საკვანძო სიტყვებით და ოპტიმიზირებული მეტა აღწერები.

ლოკალური SEO კონკურენტული სფეროა, მაგრამ სწორი სტრატეგიით შესაძლებელია გუგლში დაწინაურება და ადგილობრივი მომხმარებლების მოზიდვა.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური კონკურენტების ანალიზი Google-ის ორგანულ ძიებაში

ლოკალური კონკურენტების ანალიზი თქვენი სტრატეგიის განსაზღვრის აუცილებელი საწყისი ნაბიჯია. ის გეხმარებათ გაიგოთ, ვის უწევთ კონკურენციას [Google-ის ორგანული ძიების შედეგებში](#) და რა გამოწვევების წინაშე დგახართ.

ამ ანალიზის საფუძველზე, თქვენ შეძლებთ შეიმუშაოთ ინფორმირებული სტრატეგია, რომელიც სასურველი შედეგების მიღწევაში დაგეხმარებათ და გუგლში დაწინაურებას შეუწყობს ხელს.

კონკურენტების კონტენტის ანალიზით შეგიძლიათ გაარკვიოთ:

- რა თემებზე წერენ კონკურენტები?
- საშუალოდ რა მოცულობის სტატიებს აქვეყნებენ?
- რა სიხშირით ანახლებენ კონტენტს?

ამ პროცესის გავლა დაგეხმარებათ გაიგოთ მათი მიდგომები, რათა შეძლოთ საკუთარი კონტენტ სტრატეგიის ადაპტირება და მათზე უკეთესი შედეგის ჩვენება.

კონკურენტების ბმულების (Links) ანალიზით შეგიძლიათ დაადგინოთ:

- რამდენ ბმულს იღებენ კონკურენტები?
- რა ტიპის ბმულებია ეს?
- საიდან (რა ვებსაიტებიდან) იღებენ ბმულებს?
- რა სიხშირით იღებენ ახალ ბმულებს?
- როდის (რა პერიოდში) იღებდნენ ბმულებს?

ვებსაიტის შიდა ფაქტორების (On-site SEO), როგორიცაა გვერდის ოპტიმიზაცია, ანალიზით ასევე შესაძლებელია ისეთი სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც თქვენს კონკურენტებს აჯობებს ლოკალურ დონეზე.

ფაქტორები, რომლებსაც ამ ლოკალური კონკურენტების ანალიზის დროს შეისწავლით, გამარჯვებული სტრატეგიის შექმნაში დაგეხმარებათ.

ფაქტორები, რომლებიც უნდა გაითვალისწინოთ ლოკალური კონკურენტების ანალიზისას

ფოკუსირდით თქვენს ბაზარზე, ნიშაზე და ლოკაციაზე. საჭიროა ლოკალური კონკურენტების სიღრმისეული ანალიზის ჩატარება.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ზედაპირულ დონეზე, **ლოკალური კონკურენტების ანალიზი** მოიცავს შემდეგ ფაქტორებს:

- კონტენტი
- ბმულები (Links)
- [გვერდის შიდა ოპტიმიზაცია](#) (On-Page SEO)

უფრო სიღრმისეულად, ბაზრის **ლოკალური კონკურენტუნარიანობის** სრული სურათის მისაღებად, ანალიზმა უნდა მოიცავს შემდეგი ასპექტები (გაითვალისწინეთ, რომ ყველა ეს ფაქტორი პირდაპირ არ ზრდის **გუგლში დაწინაურების** შანსს, მაგრამ მათი ცოდნა დაგეხმარებათ კონკურენტების ქმედებებზე დაფუძნებული მომგებიანი სტრატეგიის შექმნაში):

ბმულები (Links):

- **ლოკალური SEO კატალოგები** (ადგილობრივი ბიზნეს ჩამონათვალები).
- **ნიშური ლოკალური საიტები** (ინდუსტრიული პორტალები, ადგილობრივი ბლოგები).
- **სარედაქციო ლოკალური ბმულები** (მაგ., ადგილობრივი მედიიდან).
- **სავაჭრო პალატის ან ბიზნეს ასოციაციების ბმულები** (თუ relevant).
- **ლოკალური .GOV ბმულები** (მთავრობის, მუნიციპალიტეტის საიტებიდან).
- **ლოკალური .EDU ბმულები** (საგანმანათლებლო დაწესებულებების საიტებიდან).
- **კონტენტი:**
 - ვინ წერს კონტენტს? (ავტორი, ექსპერტიზა)
 - რის შესახებ არის კონტენტი? (თემები, საკვანძო სიტყვები)
 - როდის იწერება/განახლდა კონტენტი? (სიხშირე, აქტუალობა)
 - სად არის კონტენტი ფოკუსირებული (ლოკალურად)? (კონკრეტული ქალაქი, უბანი)
 - რატომ იწერება კონტენტი? (მიზანი: ინფორმირება, გაყიდვა, ჩართულობა)
 - რამდენი გაზიარება აქვს სოციალურ ქსელებში? (პოპულარობა)
 - რამდენი შეფასებაა დატოვებული (თუ პროდუქტს/სერვისს ეხება)?

გვერდის შიდა ტექნიკური SEO (On-Page Technical SEO):

- მაღალი ხარისხის, ვალიდური HTML და CSS კოდი.
- Schema.org მარკირება ლოკალური SEO-სთვის (LocalBusiness და ა.შ.).
- ლოკალურად ოპტიმიზირებული სათაურის თეგები (<title>).
- ლოკალურად ოპტიმიზირებული მეტა აღწერები (meta description).
- ლოკალურად ოპტიმიზირებული URL-ები.
- ლოკალურად ოპტიმიზირებული გვერდის ტექსტი (On-page Copy) მკაფიო თემატური და საკვანძო სიტყვების ფოკუსით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რა უნდა მივიღოთ კონკურენტების ანალიზის შედეგად?

ეს ანალიზი უნდა ფოკუსირდეს Google-ის ძიების შედეგების **ტოპ 10** ვებსაიტზე თქვენი მიზნობრივი საკვანძო სიტყვისა და ლოკაციისთვის (მაგ., "[სამშენებლო კომპანიები] [თბილისში]").

გამოიყენეთ ბმულების ანალიზის ინსტრუმენტების კომბინაცია, როგორცაა Google Search Console, [Majestic](#), [Semrush](#), [Ahrefs](#). მოახდინეთ მონაცემების ექსპორტი, გააერთიანეთ და გაანალიზეთ ბმულების პროფილი. რეკომენდებულია მინიმუმ ორი ან სამი ინსტრუმენტის გამოყენება, რადგან ერთ ინსტრუმენტს შეიძლება ყოველთვის არ ჰქონდეს სრული მონაცემები.

ბმულების პროფილში ვეძებთ შემდეგს:

- **ლოკალური SEO კატალოგები:** რომელ ადგილობრივ კატალოგებში არიან კონკურენტები რეგისტრირებული? (მაგ. ქართული ბიზნეს პორტალები).
- **ნიშური ლოკალური ბმულები:** რა ტიპის ნიშური ლოკალური ბმულები აქვთ (მაგ., ინდუსტრიული ასოციაციები, ადგილობრივი ბლოგები)?
- **სარედაქციო ლოკალური ბმულები:** აქვთ თუ არა ბმულები ადგილობრივი მედიიდან ან თემატური გამოცემებიდან?
- **სავაჭრო პალატის/ბიზნეს ასოციაციის ბმულები:** არიან თუ არა რომელიმე ადგილობრივი პალატის ან ასოციაციის წევრები და აქვთ თუ არა მათგან ბმული?
- **ლოკალური .gov ან .edu ბმულები:** აქვთ თუ არა ბმულები ადგილობრივი მმართველობის ან საგანმანათლებლო დაწესებულებების საიტებიდან?

კატალოგები კვლავ მუშაობს, როგორც ბმულების ტაქტიკა, თუ ისინი ხარისხიანია და სპამს არ ჰგავს. ეძებთ კატალოგები, რომლებიც არ არის გადატვირთული რეკლამებით და უზრუნველყოფენ კარგ მომხმარებლის გამოცდილებას.

ნიშური ლოკალური საიტები არის თქვენს ინდუსტრიაში ავტორიტეტული ადგილობრივი რესურსები. ეს შეიძლება იყოს პროფესიული ორგანიზაციები, საქველმოქმედო ფონდები ან სხვა სანდო საიტები, რომელთა ბმულიც თქვენს ავტორიტეტს გაზრდის. მთავარია, ეს ბმულები იყოს მაღალი ხარისხის და არა სპამური. ეს ასევე შეიძლება მოიცავდეს ლოკალურ პარტნიორებს. გაითვალისწინეთ: აქ არ იგულისხმება ბმულების პირდაპირი გაცვლა (რაც ცუდი პრაქტიკაა), არამედ პარტნიორობის დამყარება, რამაც შეიძლება ბუნებრივი ბმული მოგიტანოთ.

ანალიზის მიზანია შეაფასოთ კონკურენტის დამარცხების შესაძლებლობა და არა მისი ბმულების პროფილის კოპირება. თუ დაბალი ხარისხის ბმულების კოპირებას დაიწყებთ, შესაძლოა Google-ისგან ჯარიმაც კი მიიღოთ.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

სავაჭრო პალატის/ბიზნეს ასოციაციის ბმულები მნიშვნელოვანია კარგი [ლოკალური SEO-სთვის](#). ისინი უზრუნველყოფენ მაღალ ავტორიტეტს და შეუძლიათ ადგილობრივი ბიზნესის რეფერირება.

ლოკალური .gov და .edu ბმულები კვლავ ითვლება ერთ-ერთ ყველაზე მაღალი ხარისხის ბმულებად. მათი მოპოვება შეიძლება რთული იყოს, მაგრამ ძალიან ფასეულია **გუგლში დაწინაურებისთვის**.

კონტენტის ასპექტები ლოკალური კონკურენტების ანალიზისთვის

მონაცემების შეგროვებისას გაითვალისწინეთ:

- ვინ წერს კონტენტს? (შიდა ავტორი, გარე ექსპერტი?)
- რის შესახებ არის კონტენტი? (თემები, სიღრმე)
- როდის დაიწერა/განახლდა? (აქტუალობა)
- სად არის ლოკალურად ფოკუსირებული? (ქალაქი, რეგიონი)
- რა მიზნით დაიწერა? (ინფორმაცია, გაყიდვები)

ეს ფაქტორები დაგეხმარებათ განსაზღვროთ, რა ტიპის და ხარისხის კონტენტი უნდა შექმნათ თქვენს საიტზე.

გახსოვდეთ Google-ის წარმომადგენლის, ჯონ მიულერის სიტყვები: "არ არსებობს მინიმალური სიგრძე [კონტენტისთვის]... უმეტეს შემთხვევაში, ხარისხი ჯობია რაოდენობას. ჩვენი ალგორითმები ცდილობენ იპოვონ და რეკომენდაცია გაუწიონ ვებსაიტებს, რომლებიც მომხმარებლებს მაღალი ხარისხის, უნიკალურ და საინტერესო კონტენტს სთავაზობენ. ნუ შეავსებთ თქვენს საიტს დაბალი ხარისხის კონტენტით. იმუშავეთ იმაზე, რომ თქვენი საიტი საუკეთესო იყოს თავის სფეროში."

გვერდის შიდა ტექნიკური SEO (On-Page Technical SEO)

- **URL-ის საუკეთესო პრაქტიკა:** დარწმუნდით, რომ თქვენი საიტი ადვილად ისკანერება (crawlable) Google-ის მიერ. გამოიყენეთ მიზნობრივი, ლოკალური საკვანძო სიტყვები URL-ში, როდესაც გვერდს ქმნით (მაგ., vashisaite.ge/momsaxureba/ ბინის-რემონტი-თბილისში). თუ საიტი ტექნიკურად გამართული არ არის, **გუგლში დაწინაურება** რთული იქნება.
- **მაღალი ხარისხის, ვალიდური HTML და CSS კოდი:** მიუხედავად იმისა, რომ Google პირდაპირ არ მოითხოვს ვალიდურ კოდს, მაღალი ხარისხის კოდირება მნიშვნელოვანია. ის ამცირებს ბრაუზერის მიერ "გამოცნობის" საჭიროებას, აუმჯობესებს გვერდის ჩატვირთვის სიჩქარეს (Page Speed), რაც ცნობილი ფაქტორია **გუგლში დაწინაურებისთვის**. თუ თქვენი კონკურენტების კოდი არ არის ოპტიმალური, თქვენ შეგიძლიათ ეს უპირატესობად გამოიყენოთ.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- **Schema.org მარკირება ლოკალური SEO-სთვის:** Schema.org მარკირება ყველა ლოკალურ ბიზნეს ვებსაიტზე უნდა იყოს. ის ეხმარება Google-ს, აჩვენოს დამატებითი ინფორმაცია ძიების შედეგებში (Rich Snippets). პირველი და აუცილებელი მარკირება ლოკალური ბიზნესისთვის არის LocalBusiness schema. თუ კონკურენტებს ეს არ აქვთ, ეს კიდევ ერთი შესაძლებლობაა თქვენთვის.
- **ლოკალურად ოპტიმიზირებული სათაურები (Title Tags), მეტა აღწერები (Meta Descriptions), URL-ები:** ყველა გვერდი, რომელიც ლოკალურ დონეზე ოპტიმიზირდება, უნდა შეიცავდეს ლოკაციაზე ფოკუსირებულ ელემენტებს ამ თეგებში. მაგალითად, თუ თქვენი საკვანძო ფრაზაა "[ბინის რემონტი] [ბათუმში]", გამოიყენეთ ქალაქის სახელი ამ ელემენტებში.
- **ლოკალურად ოპტიმიზირებული გვერდის ტექსტი (On-Page Copy) მკაფიო თემატური და საკვანძო ფოკუსით:** ანალიზისას შეაფასეთ, რამდენად კარგად აქვთ კონკურენტებს ოპტიმიზირებული გვერდის ტექსტები ლოკალური საკვანძო სიტყვებით და რამდენად მკაფიოა თემატური ფოკუსი.

კონკურენტების კვლევის "მოტყუება" (ეფექტური მეთოდი)

თუ გსურთ კონკურენტების ვებსაიტების სიღრმისეული ტექნიკური ანალიზი, გამოიყენეთ ისეთი ინსტრუმენტი, როგორიცაა **Screaming Frog SEO Spider**. დაასკანერეთ კონკურენტის საიტი და მიღებული მონაცემებიდან (Excel-ის ფაილი) გაფილტრეთ და ნახეთ მათი სათაურები (Titles), მეტა აღწერები (Meta Descriptions), URL-ები და H1 თეგები. ეს ზუსტად გაჩვენებთ, რას აკეთებენ ისინი გვერდის შიდა ოპტიმიზაციისთვის და დაგეხმარებათ საკუთარი სტრატეგიის გაუმჯობესებაში.

კონკურენტული საკვანძო სიტყვების კვლევა

- **დაიწყეთ საკვანძო სიტყვების ლოკალურად ფოკუსირებული ვერსიებით:** საკვანძო სიტყვები და თემატური რელევანტურობა კრიტიკულია. კვლევისას ეძებეთ სიტყვები, რომლებსაც აქვთ:
 - **კარგი ძიების მოცულობა (Search Volume):** საქართველოში ეს რიცხვი შეიძლება დაბალი იყოს, მაგრამ ეძებეთ ფარდობითად პოპულარული ფრაზები.
 - **დაბალი კონკურენცია (Lower Competition):** შედარებით ადვილი დასაწინაურებელი სიტყვები.
 - **მაღალი მიზნობრიობა (Highly Targeted):** კონკრეტული სერვისი/პროდუქტი + ლოკაცია.
- **ადგილობრივ ფოკუსს დიდი მნიშვნელობა აქვს:** ნუ ეცდებით მხოლოდ ზოგადი ფრაზით ("ადვოკატი") გუგლში დაწინაურებას. გამოიყენეთ ლოკალური ფოკუსი ("ადვოკატი ქუთაისში"). ზოგად ფრაზებზე გუგლში დაწინაურება გაცილებით მეტ რესურსს, დროსა და ბმულებს მოითხოვს.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- **გაითვალისწინეთ ბაზრის ზომა და კონკურენცია:** დიდ ქალაქში (მაგ., თბილისში) კონკრეტულ ნიშებში გუგლში დაწინაურებას შეიძლება თვეები ან წელიწადზე მეტიც დასჭირდეს, განსაკუთრებით თუ კონკურენტებს უკვე აქვთ ძლიერი ავტორიტეტი. ნუ დაპირდებით კლიენტებს არარეალისტურ ვადებს.
- **ეძებეთ "ბრილიანტები":** კარგი ძებნის მოცულობა, დაბალი კონკურენცია, მაღალი მიზნობრიობის მქონე ნიშური საკვანძო სიტყვები. ასეთი ფრაზები ხშირად ყველაზე კარგ კონვერტაციას (Conversion) იძლევა.
- **გაანალიზეთ ძიების მიზანი (Search Intent):** როდესაც ნიშურ საკვანძო სიტყვებს იკვლევთ, დაფიქრდით, რა კითხვები ან საჭიროებები შეიძლება ჰქონდეს მომხმარებელს, რომელიც ამ ფრაზას ეძებს. მაგალითად, თუ ეძებენ "[ავტოსაგზაო შემთხვევების ადვოკატი] [საბურთალოზე]", მათ კონკრეტული პრობლემა აქვთ. ამის გათვალისწინებით შეგიძლიათ შექმნათ უფრო სიღრმისეული, კითხვებზე პასუხის გამცემი კონტენტი, რომელიც კარგად კონვერტირდება.

სიღრმისეული ლოკალური კონკურენტების ანალიზი და საკვანძო სიტყვების კვლევა დაგეხმარებათ გაარკვიოთ, რომელი სტრატეგიები იმუშავებს საუკეთესოდ თქვენი ბიზნესისთვის გუგლში დაწინაურების მისაღწევად.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური SEO: კონკურენტების ანალიზი ადგილობრივ ორგანულ ძიებაში

გსურთ გაიგოთ, ვისთან გიწევთ დაპირისპირება სამიზნო სისტემებში, როცა საქმე **ლოკალურ SEO**-ს ეხება? თქვენი ადგილობრივი ორგანული ძიების **კონკურენტების ანალიზი**, ანუ მათი შესწავლა, სეო-სტრატეგიის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პირველი ნაბიჯია.

ამ ანალიზის შემდეგ, უკვე ზუსტად გეცოდინებათ, რა ინფორმაცია გაქვთ, რაც დაგეხმარებათ სასურველი შედეგების მიღწევაში.

როცა [კონკურენტების კონტენტს](#) აკვირდებით, შეგიძლიათ გაარკვიოთ:

- რა თემებზე წერენ ისინი.
- საშუალოდ რამდენი სიტყვისგან შედგება მათი სტატიები.
- რამდენად ხშირად აახლებენ **კონტენტს**.

ამ პროცესის გავლით უკეთ გაიგებთ, რას აკეთებენ ისინი. ასე რომ, შეძლებთ თქვენი კონტენტის სტრატეგია მოარგოთ და მათ აჯობოთ.

ლინკების დათვალიერებით კი შეგიძლიათ გაიგოთ:

- რამდენ ლინკს იღებენ **კონკურენტები**.
- რა ტიპის ლინკებია ეს.
- საიდან იღებენ მათ.
- რამდენად ხშირად მოიპოვებენ.
- როდის იღებენ ლინკებს, ძირითადად.

საიტზე არსებული ფაქტორების, მაგალითად, ონ-ფეიჯ ოპტიმიზაციის შესწავლით, შეძლებთ შექმნათ ისეთი სტრატეგია, რომელიც მათ ადგილობრივ მიდგომას აჯობებს და უფრო დიდხანს იმუშავებს.

ამ [ადგილობრივი კონკურენტების ანალიზში](#) შეტანილი ყველა ფაქტორი დაგეხმარებათ გამარჯვებული სტრატეგიის ჩამოყალიბებაში.

რა ფაქტორები უნდა შევიტანოთ ადგილობრივი კონკურენციის ანალიზში?

როცა თქვენს ბაზარზე, ნიშასა და ადგილმდებარეობაზე ხართ ფოკუსირებული, აუცილებლად უნდა ჩაატაროთ ღრმა ადგილობრივი კონკურენციის ანალიზი.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თავდაპირველად, ასეთი ანალიზი შემდეგ ფაქტორებს მოიცავს:

1. კონტენტი.
2. ლინკები.
3. ონ-ფეიჯ SEO.

უფრო სიღრმისეულად თუ ჩავალოთ, ადგილობრივი კონკურენციის ანალიზი უნდა მოიცავდეს შემდეგ დეტალებს, რათა ბაზრის კონკურენტუნარიანობაზე მკაფიო სურათი მიიღოთ.

გაითვალისწინეთ, რომ ყველა ეს ფაქტორი აუცილებლად არ ზრდის ადგილობრივ რეიტინგს. ზოგიერთი მათგანი კი, მაგრამ დანარჩენი იმისთვისაა, რომ დაგეხმაროთ შექმნათ სწორი ადგილობრივი სტრატეგია, თქვენი კონკურენტების ქმედებებზე დაყრდნობით, რომელიც მიგიყვანთ გამარჯვებამდე.

ლინკები

1. ლოკალური SEO დირექტორიები.
2. ნიშური ადგილობრივი საიტები.
3. სარედაქციო ადგილობრივი ლინკები (ანუ, სხვა საიტებიდან სტატიებში ან პუბლიკაციებში მოცემული ლინკები).
4. სავაჭრო პალატის ლინკები.
5. ადგილობრივი .GOV ლინკები (სამთავრობო საიტებიდან).
6. ადგილობრივი .EDU ლინკები (საგანმანათლებლო დაწესებულებების საიტებიდან).

კონტენტი

1. ვინ წერს კონტენტს?
2. რაზეა კონტენტი?
3. როდის იწერება?
4. სად არის კონტენტი ფოკუსირებული (ადგილობრივად)?
5. რატომ იწერება კონტენტი?
6. რამდენი გაზიარება აქვს კონტენტს სოციალურ ქსელებში?
7. რამდენი მიმოხილვაა ჩამოთვლილი?

ონ-ფეიჯ ტექნიკური SEO

1. მაღალი ხარისხის, სწორად დაწერილი HTML და CSS კოდი.
2. Schema.org კოდირება ლოკალური SEO-სთვის.
3. ადგილობრივად ოპტიმიზებული სათაურის ტეგები.
4. ადგილობრივად ოპტიმიზებული მეტა აღწერილობები.
5. ადგილობრივად ოპტიმიზებული URL-ები.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

6. ადგილობრივად ოპტიმიზებული ტექსტი გვერდზე,
7. მკაფიო თემითა და საკვანძო სიტყვების ფოკუსით.

რას უნდა მიაქციოთ ყურადღება კონკურენტების ანალიზის დროს?

ეს კონკურენტების ანალიზი Google-ის ტოპ 10 შედეგზე უნდა იყოს ორიენტირებული.

მომეზნეთ თქვენი ადგილობრივი ტერიტორია + საკვანძო ფრაზა იმ სფეროში, რომელზეც მუშაობთ (მაგალითად, [Orange County personal injury lawyers]).

გამოიყენეთ ლინკების ანალიზის რამდენიმე ინსტრუმენტი, როგორცაა Google Search Console, Majestic, Semrush, Raven Tools და Ahrefs. ექსპორტი გაუკეთეთ ყველა მონაცემს, დააჯგუფეთ ისინი და გააანალიზეთ ლინკების პროფილი.

გირჩევთ, სულ მცირე, ორი ან სამი ლინკების პროფილის ანალიზის ინსტრუმენტი გამოიყენოთ, რადგან ცალკეულ ინსტრუმენტებს ხშირად არ აქვთ სრული მონაცემები.

ამ ლინკების პროფილში შემდეგ დეტალებს დააკვირდით:

ადგილობრივი SEO დირექტორიები

- რა დირექტორიებში არიან ეს საიტები?
- რა ნიშური ადგილობრივი ლინკები აქვთ მათ?
- რა სახის სარედაქციო ადგილობრივი ლინკები აქვთ?
- აქვთ თუ არა სავაჭრო პალატის ლინკები და თუ აქვთ, რომელი?
- აქვთ თუ არა ადგილობრივი .gov ან .edu ლინკები?

დირექტორიები დღესაც მუშაობს, როგორც ლინკების მოპოვების ტაქტიკა, თუ ეს მაღალი ხარისხის ლინკებით კეთდება და არ ჰგავს სპამს.

ემეზნეთ ისეთი დირექტორიები, რომლებიც არ არის სავსე სარეკლამო სპამით. ეს ნიშნავს, რომ მათ არ უნდა ჰქონდეთ რეკლამები ევრანის ზედა ნაწილში და რეკლამები არ უნდა უშლიდეს ხელს ადამიანებს ლინკის ძებნაში. ასეთი დირექტორიები, როგორც წესი, სუფთა, მაღალი ხარისხისაა და მაღალი ავტორიტეტის მქონე ლინკებს იძლევიან.

ნიშური ადგილობრივი საიტები

ნიშური ადგილობრივი საიტები არის ის საიტები თქვენს ინდუსტრიაში, რომლებიც ადგილობრივ დონეზე ავტორიტეტულად ითვლებიან თავიანთ თემებზე.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ეს შეიძლება იყოს ყველაფერი – ცხოველთა უფლებების ორგანიზაციებიდან საქველმოქმედო ორგანიზაციებამდე ან სხვა საიტებამდე, რომლებიც ავტორიტეტს მატებენ თქვენს ლინკს.

ასეთი ლინკების მოპოვებისას მთავარი იდეა ისაა, რომ ისინი აუცილებლად მაღალი ხარისხის უნდა იყოს და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა შეიცავდეს სპამს.

ეს საიტები შესაძლოა ადგილობრივ პარტნიორებადაც გამოდგნენ.

ჩვენ ვცდილობთ შევაფასოთ, რამდენად რეალურია კონკურენტის დამარცხება ძიების შედეგებში. არ გვინდა მათი ლინკების პროფილის პირდაპირ კოპირება. რეიტინგის მიღწევის რეალურობის შეფასება გაგიადვილებთ შემდგომში საერთო ლინკების სტრატეგიის განსაზღვრას.

და მიზეზი, თუ რატომ არ გვინდა მათი ლინკების პროფილის კოპირება, მარტივია: მე არ შემიძლია ყოველ ნაბიჯზე გაგიწიოთ ხელმძღვანელობა.

თუ შეცდომას დაუშვებთ და დაბალი ხარისხის ლინკით მოახდენთ ოპტიმიზაციას, საბოლოოდ შეიძლება დაისაჯოთ, თუ ძალიან ბევრ ასეთ ლინკს მიიღებთ.

სავაჭრო პალატის ლინკები

სავაჭრო პალატის ლინკები კარგი ლოკალური SEO-სთვის აუცილებელია.

ისინი მაღალ ავტორიტეტს იძლევიან, შეიძლება იყვნენ პარტნიორული ტიპის ლინკები და ასევე შეუძლიათ ადგილობრივი ბიზნესის მოზიდვა.

თუმცა, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ყველა სავაჭრო პალატის ლინკი არ იქნება .gov დომენით.

ადგილობრივი .gov და .edu ლინკები
ეს ლინკები შეიძლება იყოს ადგილობრივი სამთავრობო ოფისებიდან ან საქველმოქმედო ორგანიზაციებიდან ადგილობრივ სკოლებამდე.

.gov და .edu ლინკები უბრალოდ დიდი ბონუსია.

.gov და .edu ლინკების მნიშვნელობა არ შეცვლილა.

ისინი კვლავაც რჩება ერთ-ერთ უმაღლესი ხარისხის ლინკებად.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

კონტენტის განხილვა ადგილობრივი კონკურენტების ანალიზისთვის

ადგილობრივი კონკურენტების ანალიზისთვის მონაცემების შეგროვებისას მნიშვნელოვანია შემდეგი საკითხების გათვალისწინება:

- ვინ წერს კონტენტს?
- რაზეა კონტენტი?
- როდის იწერება კონტენტი?
- სად არის კონტენტი ადგილობრივად ფოკუსირებული?
- რატომ იწერება კონტენტი?

ყველა ზემოთ მოყვანილი ფაქტორი დაგეხმარებათ განსაზღვროთ, რა კონტენტს განათავსებთ საიტზე და როგორ იმოქმედოთ შემდგომში.

გაითვალისწინეთ, რომ Google-ის წარმომადგენელმა [ჯონ მიულერმა განაცხადა](#), რომ კონტენტს არ აქვს

„მინიმალური სიგრძე და არც მინიმალური სტატიების რაოდენობა დღეში, რომელიც უნდა განათავსოთ, არც მინიმალური გვერდების რაოდენობა ვებსაიტზე. უმეტეს შემთხვევაში, ხარისხი რაოდენობაზე უკეთესია. ჩვენი ალგორითმები ცდილობენ იპოვონ და ურჩიონ მომხმარებლებს მაღალი ხარისხის, უნიკალური და მიმზიდველი კონტენტის მქონე ვებსაიტები. არ აავსოთ თქვენი საიტი დაბალი ხარისხის კონტენტით. ამის ნაცვლად, იმუშავეთ იმაზე, რომ თქვენი საიტი იყოს საუკეთესო თავის სფეროში.“

ონ-ფეიჯ ტექნიკური SEO

URL-ის ძირითადი საუკეთესო პრაქტიკა

ეს ნიშნავს: ყოველთვის დარწმუნდით, რომ თქვენი საიტი ადგილობრივი თვალსაზრისით ადვილად აღმოჩენადი და დასათვალიერებელია სამიუზო სისტემებისთვის.

მაღალ მიზნობრივი, ნიშური საკვანძო ფრაზების გამოყენებისას, ჩართეთ ისინი URL-ში, როდესაც გვერდს ასახელებთ.

თუ თქვენი საიტი ტექნიკურად არ არის გამართული და სამიუზო სისტემებისთვის ადვილად აღმოჩენადი, ვერ ელოდებით, რომ Google მას სათანადოდ დაარეიტინგებს.

მაღალი ხარისხის, სწორად დაწერილი HTML და CSS კოდი

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

დიახ, ვაცნობიერებ, რასაც სეო პროფესიონალების უმეტესობა იტყვის: მაღალი ხარისხის, სწორად დაწერილ HTML და CSS კოდს მნიშვნელობა არ აქვს. მიუხედავად იმისა, რომ Google-ს პირდაპირ ასეთი მოთხოვნები არ აქვს, მაღალი ხარისხის კოდირებას ნამდვილად აქვს მნიშვნელობა და შეუძლია რეიტინგების მნიშვნელოვნად გაუმჯობესება, როგორც ხარისხის ერთ-ერთ ატრიბუტს.

როდესაც სწორად აკოდირებთ, ამცირებთ შანსს, რომ ბრაუზერს მოუწიოს „გამოცნობა“, რის ჩვენებასაც ცდილობთ.

როდესაც სწორად აკოდირებთ და ავითარებთ ვებსაიტს, ამცირებთ გვერდის ჩატვირთვის სიჩქარეს და ბრაუზერის მიერ გვერდის ჩვენების სიჩქარეს. გვერდის სიჩქარე კი Google-ის რეიტინგის ერთ-ერთი ფაქტორია, რომლის შესახებაც ყველამ ვიცით.

მიუხედავად ამისა, მაღალი ხარისხის, სწორად დაწერილი HTML და CSS კოდი ყოველთვის უნდა იყოს თქვენი საიტის განვითარების მუშაობის საბოლოო შედეგი.

თუ თქვენი კონკურენტების საიტებს კონკურენტების ანალიზში არ აქვთ ასეთი კოდირება თავიანთ სისტემაში, მაშინ გაქვთ უპირატესობა, რომელიც მათ წინააღმდეგ შეგიძლიათ გამოიყენოთ – დარწმუნდით, რომ თქვენი საიტის კოდირება და გვერდის სიჩქარე ბევრად უკეთესია, ვიდრე მათი, ყველა ასპექტში: კარგად ოპტიმიზებული კოდი, სერვერის შეფერხებების არარსებობა და ა.შ.

Schema.org კოდირება ლოკალური SEO-სთვის

Schema.org კოდირება უნდა იყოს ყველა ვებსაიტზე, სადაც Schema-ს მონაცემთა ტიპის ინფორმაციაა.

ეს გადამწყვეტია იმისთვის, რომ საიტი გამოჩნდეს „მდიდარ სნიპეტებში“ (rich snippets) და Google-ის სამიზნე შედეგების კარუსელში.

თუ ამ საიტებს არ აქვთ Schema Markup მონაცემთა იმ ტიპებისთვის, რომლებიც თქვენს საიტზეა, აქ კიდევ ერთი სასარგებლო რეიტინგის სიგნალი გაქვთ, რომლის ოპტიმიზაციაც თქვენს სასარგებლოდ შეგიძლიათ.

პირველი Schema Markup, რომელიც ნებისმიერ ადგილობრივ ბიზნესს უნდა ჰქონდეს, არის LocalBusiness Schema.

ადგილობრივად ოპტიმიზებული სათაურის ტეგები, მეტა აღწერილობები, URL-ები

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ადგილობრივად ოპტიმიზებულ ყველა საიტს უნდა ჰქონდეს ადგილობრივად ფოკუსირებული სათაურის ტეგები, მეტა აღწერილობები და URL-ები. რას ნიშნავს „ადგილობრივად ფოკუსირებული“?

ეს ნიშნავს, რომ თუ საკვანძო ფრაზების, მაგალითად, [Legal Services] ოპტიმიზაციას ცდილობთ, ქალაქის, ქვეყნის სახელი თქვენს სამიზნე საკვანძო სიტყვებში უნდა გამოიყენოთ.

აი, ადგილობრივად ოპტიმიზებული სათაურის ტეგების, მეტა აღწერილობებისა და URL-ების მაგალითი: <https://advisergeo.com/>

მეტა სათური: Best Legal Services in Georgia | Advisergeo

მეტა აღწერა: Adviser is a best expert Legal Services in Georgia. We guide foreigners in business registration, corporate banking, residency permits & tax compliance.

ადგილობრივად ოპტიმიზებული ტექსტი გვერდზე, მკაფიო თემითა და საკვანძო სიტყვების ფოკუსით: <https://advisergeo.com/services/tax-law/>

ადგილობრივი კონკურენტების ანალიზში, თქვენ ასევე ეძებთ კონკურენტებს, რომლებსაც შესაძლოა ჰქონდეთ ან არ ჰქონდეთ ადგილობრივად ოპტიმიზებული ტექსტი გვერდზე, მკაფიო თემითა და საკვანძო სიტყვების ფოკუსით.

როგორ „გაიმარტივოთ“ კონკურენტების კვლევა?

თუ ნამდვილად გსურთ ადგილობრივი კონკურენტების კვლევაში სიღრმეებში ჩახედვა, გირჩევთ, ჩაატაროთ მათი საიტების აუდიტი Screaming Frog-ის გამოყენებით.

უბრალოდ დააყენეთ Screaming Frog-ის პარამეტრები თქვენთვის სასურველ სპეციფიკაციებზე, „დაქროლეთ“ (ანუ, პროგრამას გადაატარეთ) თითოეული კონკურენტის საიტი და Excel-ის ცხრილის მონაცემების ექსპორტის შემდეგ გაფილტრეთ ყველა მონაცემი ისე, რომ მხოლოდ სათაურები, მეტა აღწერილობები და URL-ები გამოჩნდეს.

შეგიძლიათ ნახოთ, რას აკეთებენ ისინი H1 ტეგებზეც.

ყველა ამ სასარგებლო მონაცემის დათვალიერება ზუსტად გაჩვენებთ, რას აკეთებს თქვენი კონკურენტი საიტზე და დაგეხმარებათ თქვენი საიტის გაუმჯობესებაში.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

კონკურენტული საკვანძო სიტყვების კვლევა

დაიწყეთ თქვენი კლიენტებისთვის საჭირო საკვანძო სიტყვების ადგილობრივად ფოკუსირებული ვერსიებით

საკვანძო სიტყვები და თემასთან შესაბამისობა მნიშვნელოვანი ფაქტორებია იმისთვის, რომ თქვენი ონ-ფეიჯ ოპტიმიზაცია სწორად იყოს მიზანში ამოღებული და სრულად ოპტიმიზებული.

საკვანძო სიტყვების კვლევისას, თქვენ ეძებთ სიტყვებს, რომლებსაც აქვთ კარგი საძიებო მოცულობა (თვეში საშუალოდ 70-ზე მეტი ძიება კარგი რიცხვია), დაბალი კონკურენცია და მაღალი მიზანმიმართულება.

ადგილობრივად ფოკუსირებული საკვანძო ფრაზა იურისტებისთვის შეიძლება იყოს [Tbilisi Law - Legal Services]. თუ შეეცდებით მხოლოდ „Legal Services“-ზე დამიზნებას, ადგილობრივი ფოკუსის გარეშე, წარმატებებს გისურვებთ! მასიური ლინკების, ავტორიტეტის მშენებლობისა და ბაზრის ღრმად შეღწევა დასჭირდება, რათა თქვენს მარკეტინგს სასურველი მასშტაბები ჰქონდეს. ასეთი საკვანძო სიტყვების კვლევისას, მნიშვნელოვანია ბაზრის ზომის გათვალისწინება.

მნიშვნელოვანია, ბაზრის ზომა გაითვალისწინოთ. მაგალითად, ლოს-ანჯელესის მსგავსი დიდი ბაზარი – სადაც მილიონობით ვებ-გვერდია Google-ის ინდექსში და ბევრმა ბიზნესმა უკვე მოიპოვა ავტორიტეტი – რადიკალურად განსხვავდება თბილისისგან. თუ ამას არ გაითვალისწინებთ და კლიენტს სამ თვეში ლოს-ანჯელესში მაღალ რეიტინგებს დაჰპირდებით, იმედგაცრუებული დარჩებით. ეს უბრალოდ არ მოხდება.

სავარაუდოდ, ერთ წელზე მეტი დასჭირდება, რომ ლოს-ანჯელესის ზომის ბაზარზე Google-ის პირველ გვერდზე მოხვდეთ. ეს, რა თქმა უნდა, იმ შემთხვევაში, თუ კონკურენტებს ლინკების მოპოვებასა და სხვა SEO ძალისხმევაში აჯობებთ.

იპოვეთ საუკეთესო საკვანძო სიტყვები: მაღალი საძიებო მოცულობა, დაბალი კონკურენცია და კონკრეტული მიზანი

ისეთ საკვანძო სიტყვებს, რომლებსაც მაღალი საძიებო მოცულობა აქვთ, დაბალი კონკურენცია და კონკრეტულ ნიშაზეა მიზანმიმართული, „ნამდვილ განძს“ ვეძახით.

ეს საკვანძო ფრაზები, როგორც წესი, თქვენი კლიენტებისთვის ყველაზე დიდ გაუმჯობესებას მოიტანს ერთ მნიშვნელოვან მაჩვენებელში: კონვერტაციებში.

დაბალი კონკურენცია კარგია, მაგრამ ადგილობრივი საკვანძო სიტყვების კვლევისას მთავარი მაინც მაღალი საძიებო მოცულობაა.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რაც უფრო მაღალია საძიებო მოცულობა, მით მეტია მომხმარებლების ინტერესი ამ თემის მიმართ.

თუ საძიებო მოცულობას სათანადო ყურადღებას არ მიაქცევთ, შესაძლოა შემთხვევით მოიპოვოთ რამდენიმე კონვერტაცია. მაგრამ ასეთი ილზალი დიდხანს არ გასტანს. გახსოვდეთ, ნებისმიერი SEO საქმიანობის საფუძველი მყარი კვლევაა.

მაღალ მიზნობრივი ნიშური საკვანძო სიტყვები არის ისეთი ფრაზები, რომლებსაც კონკრეტულად ის ადამიანები ეძებენ, ვისაც თქვენს ინდუსტრიაში კონკრეტული რამ აინტერესებთ. ამ „ძვირფასი ქვების“ მოსაძებნად, თქვენი ინდუსტრიის დეტალებში ღრმად უნდა ჩაეფლოთ.

მაგალითად, თუ იცით, რომ Fountain Valley-ში ხშირად ეძებენ იურისტებს ავტოავარიებისთვის, მაშინ უნდა გამოიყენოთ ისეთი **საკვანძო ფრაზა**, როგორიცაა [Fountain Valley auto accident attorney].

როცა ხედავთ, რომ ადამიანები ხშირად ეძებენ სპეციალიზებულ ნივთებს კონკრეტულ სფეროში, ამ ძიებების უკან, როგორც წესი, გარკვეული განზრახვა და კითხვები დგას.

ამ ფრაზების მაძიებელთა პოტენციური განზრახვის გაანალიზებითა და გააზრებით, შეგიძლიათ შეადგინოთ **საკვანძო სიტყვების** სია, რომელიც მოიცავს ამ თემების შესახებ კითხვებს. ეს კითხვები შემდეგ შეგიძლიათ გამოიყენოთ უფრო ღრმა და მიზანმიმართული კონტენტის გვერდების შესაქმნელად. ასეთი გვერდები კი შეიძლება ნამდვილ „კონვერტერებად“ იქცეს თქვენი კლიენტისთვის.

სწორედ ამ სიღრმისეული **საკვანძო სიტყვების კვლევის** მიზეზია ის, რომ შემდეგ შეგიძლიათ ზუსტად გაარკვიოთ, რომელი **საკვანძო სიტყვები** იმუშავებს საუკეთესოდ თქვენი კლიენტისთვის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რა არის NAP

რა არის NAP და მომხმარებლის გამოცდილება, რატომ არის ისინი გადამწყვეტი ადგილობრივი SEO-სთვის

თანმიმდევრული NAP (სახელი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი) მნიშვნელოვანია Google-ის [ლოკალური ძიების](#) და Local Pack ალგორითმებისთვის. მოდით, ვნახოთ, რა არის ის და რატომ არის ასეთი მნიშვნელოვანი.

NAP-ის თანმიმდევრულობა Google-ის [ლოკალური ძიების](#) და Local Pack ალგორითმების მნიშვნელოვანი ნაწილია. ეს ნიშნავს, რომ სწორად აგებული ციტატები თანმიმდევრული NAP-ით თქვენს Google Business Profile-სა (GBP) და სხვა ონლაინ დირექტორიებში გავლენას ახდენს თქვენს ლოკალურ რეიტინგებზე.

თუმცა, თანმიმდევრული NAP ასევე მნიშვნელოვანია მომხმარებლისთვის, რადგან ონლაინ დირექტორიებსა და სოციალურ ქსელებს Google-ის გარდა ჩვეულებრივი ადამიანებიც იყენებენ.

მაღალი დონის თანმიმდევრულობისა და სიზუსტის დაცვა ამცირებს შეცდომების რისკს, რომელიც შეიძლება დაუშვას საძიებო სისტემამ მონაცემების მექანიკური დამუშავებისას.

ის ასევე ამცირებს მომხმარებლისთვის პრობლემების შექმნის რისკს, თუ პოტენციური კლიენტი თქვენს ბიზნესთან დაკავშირებას შეეცდება და არასწორ ტელეფონის ნომერს, სამუშაო საათებს ან ელექტრონულ მისამართს წააწყდება.

და, თუ Google თქვენი მაღაზიის სამუშაო საათების ხუთ სხვადასხვა ვერსიას წააწყდება, რომელს უნდა ენდოს?

ურთიერთგამომრიცხავი ინფორმაცია ასუსტებს Google-ის ნდობას თქვენი ლოკაციის მონაცემების მიმართ, რაც იმას ნიშნავს, რომ თქვენი გვერდი არ იქნება განხილული, როგორც საუკეთესო შედეგი შესაბამისი მოთხოვნისთვის.

ძირითადი ბიზნეს ინფორმაციის ჩამონათვალისა და მისი სიზუსტის კონტროლი რთული სამუშაოა ერთი ლოკაციისთვისაც კი.

როდესაც თქვენ მართავთ მრავალ ლოკაციას მრავალი მისამართითა და ტელეფონის ნომრით, თუნდაც კორპორატიული პროგრამული უზრუნველყოფის გამოყენებით, ეს კიდევ უფრო რთულდება.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ეს სამუშაო ასევე იცვლება, რადგან Google-ს სურს, რომ ბიზნესის მფლობელებმა მართონ თავიანთი [Google Business Profile](#) (GBP) [Google Maps](#) ინტერფეისიდან, ხოლო დიდმა, მრავალ ლოკაციაზე განთავსებულმა ბიზნესებმა Business Profile Manager-იდან.

როდის იწყება მომხმარებლის ინტერაქცია ბრენდთან?

ბევრი ფიქრობს, რომ მომხმარებლის ინტერაქცია და ბრენდის გამოცდილება მაშინ იწყება, როდესაც მომხმარებელი პირველად უკავშირდება კომპანიას ტელეფონით ან ელექტრონული ფოსტით, ან დიდ დროს ატარებს კომპანიის ვებგვერდზე.

თუმცა, ინტერაქცია გაცილებით ადრე იწყება.

Google-ის მონაცემები აჩვენებს, რომ არსებობს ხუთი შეხების წერტილი, რომელიც, უმეტეს შემთხვევაში, შესყიდვამდე/დადებით ქმედებამდე მივყავართ:

1. საძიებო სისტემის გამოყენება.
2. მაღაზიის ან სხვა ლოკაციის მონახულება.
3. საცალო ვაჭრობის ვებგვერდის ან აპლიკაციის მონახულება.
4. სხვა ვებგვერდის ან აპლიკაციის მონახულება.
5. რუკის გამოყენება.

მომხმარებლის ინტერაქცია იწყება მაშინ, როდესაც ისინი პირველად ხედავენ თქვენს ბრენდს ძიების შედეგებში, Local Pack-ში, რუკაზე, ან თქვენს ფიზიკურ მაღაზიაში.

სწორედ აქ ხდება თანმიმდევრული **NAP** მნიშვნელოვანი, რადგან მომხმარებლებს სჭირდებათ თანმიმდევრული ინფორმაცია, რათა გააგრძელონ თავიანთი მოგზაურობა.

ხშირად, ჩვენ გვგონია, რომ მომხმარებლები ჩვენს [ლოკალურ ბიზნესებსა](#) და ბრენდებს ჩვენი ვებგვერდების, ჩვენი სტატიების და Google Business Profile-ის საშუალებით პოულობენ.

თუმცა, მომხმარებლები ჩვენს ბრენდს სხვადასხვა ონლაინ პორტალების, მათ შორის დირექტორიების მეშვეობით პოულობენ, სადაც ჩვენს ციტატებსა და ჩამონათვალს ვქმნით.

მომხმარებლის ინტერაქციის გავლენა ძიების ეტაპზე

როდესაც მომხმარებლები პირველ ძიებებს ასრულებენ, ეს თქვენი პირველი შესაძლებლობაა, მოახდინოთ შთაბეჭდილება და გახდეთ მომხმარებლის ინტერაქციის ნაწილი.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ თქვენ გამორჩეულად გამოჩნდებით Local Pack-ში ან SERP-ებში, გსურთ, რომ თქვენმა მომხმარებლებმა დააჭირონ ისეთ კონტენტს, რომელიც როგორც ღირებულებას წარმოადგენს, ასევე აკმაყოფილებს მათ მიზნებს.

ზარმაცი ლოკალური გვერდები არავის ეხმარება

ხშირ შემთხვევაში, როდესაც ვებგვერდი „ლოკალიზდება“, ეს გულისხმობს ლოკალური კონტენტისა და ლოკალური გვერდების გენერირებას.

ეს ხორციელდება სხვადასხვა ხარისხის ძალისხმევით, ყურადღებითა და დეტალებით, მაგრამ საბოლოო ჯამში, ზარმაცი ლოკალური გვერდები არავის ეხმარება.

ზარმაცი ლოკალური გვერდი არის „კარის გვერდი“ (doorway page); გვერდი, რომელიც მცირე ღირებულებას სთავაზობს მომხმარებელს და მისი ერთადერთი მიზანია ლოკალური საძიებო ტერმინებისთვის რანჟირების მცდელობა.

Google-ს არ მოსწონს კარის გვერდები (რადგან ისინი მომხმარებლებს ცუდ სერვისს სთავაზობენ) და ამიტომ 2015 წელს გამოუშვა კარის გვერდის „რანჟირების კორექტირების“ ალგორითმი.

2016 წელს [Possum](#)-ის განახლებამ ასევე ხელი შეუწყო დაბალი ხარისხის და სპამის წინააღმდეგ ბრძოლას, მაგრამ ეს ტაქტიკა კვლავ გრძელდება. ბევრ სფეროში ისინი კვლავ ეფექტურია (სანამ უკეთესი არ გამოჩნდება).

Google-ის ოფიციალური დოკუმენტაცია კარის გვერდებს შემდეგნაირად განსაზღვრავს:

"ეს არის საიტები ან გვერდები, რომლებიც სპეციალურად იქმნება კონკრეტულ საძიებო მოთხოვნებზე მაღალი პოზიციების დასაკავებლად. ისინი საზიანოა მომხმარებლებისთვის, რადგან ძიების შედეგებში ხშირად ჩნდება მსგავსი გვერდების სიმრავლე, რომლებიც საბოლოოდ მომხმარებელს ერთსა და იმავე დანიშნულებამდე მიჰყავს. ასევე, მათ შეუძლიათ მომხმარებელი შუალედურ გვერდებზე გადაამისამართონ, რომლებიც არც ისე სასარგებლოა, როგორც საბოლოო მიზანი."

მაშინაც კი, თუ ამ გვერდებზე არსებულ კონტენტს სრულად გადაწერთ და დარწმუნდებით, რომ ის არ არის დუბლირებული, მაგრამ ყველა მათგანი ერთი და იმავე შინაარსის შეტყობინებას ატარებს, მხოლოდ სხვადასხვა ქალაქის მითითებით, ასეთი გვერდები მომხმარებლისთვის არანაირ დამატებით ღირებულებას არ წარმოადგენს.

თუმცა, ეს დამოკიდებულია კონკრეტულ ნიშაზე. ზოგიერთ ნაკლებად კონკურენტულ სფეროში, Google-მა შესაძლოა მაინც მოახდინოს მსგავსი "კარის გვერდების" რანჟირება, კონკურენციის სიმცირისა და სხვა ადეკვატური ალტერნატივების არარსებობის გამო.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ეს ყველაფერი ეფუძნება ორ ძირითად კონცეფციას, რომლებსაც Google იყენებს თავის [Quality Rater Guidelines](#) დოკუმენტში: "გვერდის სასარგებლო მიზანი" რამდენად "კარგად შეესაბამება გვერდი საძიებო მოთხოვნას".

თუ ბიზნესი ვერ აკმაყოფილებს მოთხოვნის ფიზიკურ ლოკალურ ასპექტებს, მაგრამ სთავაზობს ღირებულ კონტენტს, რომელიც იძლევა მინიშნებას ფიზიკური ლოკაციის დაფარვაზე და უზრუნველყოფს სარგებელს (ასევე დადებით რეპუტაციას) იმ მომხმარებლებისთვის, რომლებიც ეძებენ X-ს Y-ში, და Google-ს არ აქვს სხვა ვარიანტები, რომლებიც ფიზიკური ლოკაციის პრეფერენციებს აკმაყოფილებს, მაშინ Google მაინც მოახდენს ასეთი კონტენტის რანჟირებას."

კარგი ლოკალური ღირებულების გვერდების შექმნა

აღიარებულია, რომ კომპანიების, რომლებსაც აქვთ ფიზიკური მაღაზიები კონკრეტულ ლოკაციებზე, ბევრად უფრო უადვილდებათ მაღალი ღირებულების ლოკალური გვერდების შექმნა.

მაგრამ ეს არ ნიშნავს, რომ არ შეიძლება გაკეთდეს კომპანიებისთვის, რომლებიც გვთავაზობენ არამატერიალურ პროდუქტს ან მომსახურებას ლოკალური აქცენტით.

Google-ის Search Quality Rater Guidelines კონტენტს ორ ნაწილად განსაზღვრავს:

1. ძირითადი კონტენტი.
2. დამხმარე კონტენტი.

ეს არის ის, თუ როგორ უნდა შეხედოთ ლოკალურ ძიებას.

როდესაც ვინმე თბილისში ეძებს **[სანტექნიკოსები თბილისში]**, Google-მა მოთხოვნა უნდა დაყოს როგორც ძირითად, ასევე დამხმარე სექციებად, ასევე მოძებნოს მიზანი.

ამას ის **Hummingbird**-ისა და **RankBrain**-ის განახლებებში მიღწეული შესაძლებლობების მეშვეობით აკეთებს.

[სანტექნიკოსები]-ს, როგორც მოთხოვნის ძირითად ნაწილს, და **[სანტექნიკოსები]**-ის საძიებო შედეგების გვერდის განხილვისას, Google ხედავს მოთხოვნის ერთ დომინანტურ ინტერპრეტაციას, რომ ეს არის ვინმე, ვინც ეძებს სანტექნიკოსს (მომსახურებას), და აბრუნებს ადგილობრივი ბიზნესის ვებსაიტების, აგრეგატორების, **Map Pack**-ის (ჩემი IP-ის მიხედვით ადგილობრივი) და Google-ის ადგილობრივი სერვისების კარუსელის კომბინაციას.

[თბილისში] კი მოდიფიკატორია.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ეს არის მეორადი სიგნალი, რომელიც Google-ს უმტკიცებს სასურველი შედეგების სიზუსტეს.

ამ მოდიფიკატორის დამატებით (ჩემთვის, **[სანტექნიკოსები საბურთალოზე]** გამოყენებით), Google-მა მეტი წონა მიანიჭა აგრეგატორებს, რომლებიც ჩამოთვლიან მრავალ სანტექნიკურ კომპანიას ამ ტერიტორიაზე და, როგორც ჩანს, ნაკლები წონა მიანიჭა ინდივიდუალური კომპანიის საიტებს.

ეს აზრიანია მომხმარებლის პერსპექტივიდან, რადგან ის აადვილებს მრავალ ვარიანტზე წვდომას ერთი დაწკაპუნებით, მრავალჯერადი დაწკაპუნების ნაცვლად.

თქვენი ვებსაიტის ძირითადი კონტენტი უნდა ასახავდეს თქვენს მიერ შეთავაზებულ პროდუქტს/მომსახურებებს, დამხმარე კონტენტის ელემენტები კი ღირებულებას და თემატურ შესაბამისობას ამატებენ ლოკაციის ირგვლივ.

ეს შეიძლება განხორციელდეს არაკომერციული გზით ბლოგის, სახელმძღვანელოების ან დამატებითი რესურსების სახით.

NAP თანმიმდევრულობა

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, **NAP**-ის თანმიმდევრულობა მნიშვნელოვანია, რადგან დირექტორიების ჩამონათვალს და ციტატებს, რომლებსაც ვაშენებთ, მხოლოდ სამიზნო სისტემები არ იყენებენ. პოტენციური მომხმარებლებიც პოულობენ ამ დეტალებს.

არათანმიმდევრულმა ან არაზუსტმა **NAP**-მა შეიძლება გამოიწვიოს მომხმარებლების უკმაყოფილება და პოტენციურად დაკარგული ლიდები.

არათანმიმდევრული NAP-ის გავრცელებული მაგალითები

გამოცდილებიდან გამომდინარე, არათანმიმდევრული **NAP** შეიძლება გამოწვეული იყოს ადამიანური შეცდომებითა და ბიზნესის ცვლილებებით, მათ შორის:

- ბიზნესის მისამართის შეცვლა და ადრე აშენებული ციტატების, დირექტორიების ჩამონათვალის და ა.შ. არ განახლება.
- მაღაზიის სხვა მისამართის არსებობა, ვიდრე კომპანიის რეგისტრირებული მისამართი და ორივეს ონლაინ გამოყენება.
- სხვადასხვა ტელეფონის ნომრების გენერირება ატრიბუციის თვალთვალის მიზნით.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულმა შეიძლება გამოიწვიოს არა მხოლოდ პრობლემები თქვენი ადგილობრივი SEO-სთვის, არამედ მომხმარებლის გამოცდილების უამრავი პრობლემაც -

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

და ცუდი მომხმარებლის გამოცდილება იწვევს გაყიდვების დაკარგვას და ზიანს აყენებს თქვენს ბრენდს.

მომხმარებლის გამოცდილება სცილდება **Local Pack**-სა და **SERP**-ებს და მოიცავს თქვენს ვებსაიტს, როგორ იმართება ადგილობრივი ინტერაქცია და შეუძლია თუ არა მას ყველა ადგილობრივი მიზნის დაკმაყოფილება.

მარკეტინგული აქტივობების წარმატების თვალთვალი და ზუსტი ანგარიშგება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია.

თუმცა, ზოგიერთ შემთხვევაში არსებობს „ზედმეტად ანგარიშგებისა“ და „ზედმეტად მიკუთვნების“ შემთხვევა, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც საქმე ადგილობრივ SEO-ს ეხება.

Google Local Pack: მომხმარებლის გამოცდილება და ატრიბუცია

Google-ის Local Pack მუშაობს განსხვავებული ალგორითმით, ვიდრე ტრადიციული ორგანული ძიების შედეგები და დიდ გავლენას ახდენს მომხმარებლის ლოკაციის ძიების განხორციელებისას.

Google Business Profile-ს აქვს ატრიბუციის პრობლემა, და უმეტეს შემთხვევაში **GMB** ჩამონათვალებიდან ბევრი დაწკაპუნება კლასიფიცირდება როგორც პირდაპირი ტრაფიკი და არა ორგანული ტრაფიკი **Google Analytics**-ში.

ამ პრობლემის გადასაჭრელად გამოიყენება პარამეტრი:

?utm_source=GMBlisting&utm_medium=organic

ეს პარამეტრი არ გამოიწვევს **NAP**/ციტატის თანმიმდევრულობის პრობლემებს, ასე რომ არაფერზე არ ინერვიულოთ.

თანმიმდევრული **NAP**-ის არსებობა ნიშნავს, რომ უფრო სავარაუდოა, რომ გამოჩნდებით **Local Pack**-ში, და თუ **Local Pack**-ში ხართ, კვლევებმა აჩვენა, რომ სავარაუდოდ მიიღებთ დაწკაპუნებების მაღალ პროცენტს შედეგების გვერდზე.

თუ სავარაუდოდ ბევრ დაწკაპუნებას მიიღებთ, ეს ნიშნავს, რომ გეყოლებათ ბევრი მომხმარებელი, რომლებიც ელოდებიან სწრაფად ჩატვირთვად გვერდებსა და თვალსაჩინო ინფორმაციას, რათა დააკმაყოფილონ მათი ძიების მიზნები.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

დირექტორიის ატრიბუცია

ეს უფრო გავრცელებული პრობლემაა, რომელსაც შევხვედრივარ სააგენტოებში მუშაობისას, ასევე მთხოვეს მისი განხორციელება კლიენტებთან მუშაობისას.

მარკეტინგული ძალისხმევის თვალთვალისთვის, ვიცი ორგანიზაციები, რომლებიც ქმნიან უნიკალურ ტელეფონის ნომრებს ყველა დირექტორიისთვის, სადაც ისინი წარადგენენ ბიზნესს.

- **დადებითი მხარეები:** შეგიძლიათ საკმაოდ ზუსტად შეაფასოთ თქვენი მარკეტინგული ძალისხმევის ROI.
- **უარყოფითი მხარეები:** თქვენ მიიღებთ უამრავ გამოქვეყნებულ ციტატას არათანმიმდევრული **NAP**-ით.

ასევე, ბევრ დირექტორიას მოსწონს **Google Business Profile**-ის ჩამონათვალის გენერირება თქვენს მიერ შეყვანილი მონაცემების საფუძველზე, როგორც ერთგვარი „დამატებითი სერვისი“.

ეს იწვევს მრავალი **Google Business Profile**-ის ჩამონათვალის გენერირებას ინდივიდუალური ლოკაციებისთვის, სხვადასხვა ტელეფონის ნომრებით და ზოგჯერ სხვადასხვა რუკის ქინძისთვის ლოკაციებით.

ეს ცუდია მომხმარებლის გამოცდილებისთვის, რადგან მათ უწევთ მრავალი არჩევანის გაკეთება ერთი ლოკაციისთვის, რომელთაგან მხოლოდ ერთი არის სწორი.

ეს შესაძლებელია ცრუ ჩამონათვალების დუბლიკატებად გამოცხადებით და Google-ისგან მათი შერწყმის მოთხოვნით. მეტის გასაგებად იხილეთ „როგორ წაშალოთ ან გააერთიანოთ Google Business Profile-ის დუბლირებული ჩამონათვალები“.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

Google Business Profile-ის სრული გზამკვლევი

გამოიყენეთ ეს გზამკვლევი თქვენი Google Business Profile-ის შესაქმნელად და ოპტიმიზაციისთვის, რათა გაზარდოთ ხილვადობა მიმდებარე ტერიტორიაზე, მოტივირებული მომხმარებლების შესაბამის საძიებო მოთხოვნებზე.

Google Business Profile (GBP) არის Google-ის უფასო სერვისი, რომელიც ბიზნესის მფლობელებს ეხმარება მართონ თავიანთი "ყოფნა" საძიებო სისტემასა და მის მზარდ პლატფორმებზე, მათ შორის Google Maps-ზე.

გამოცდილი SEO პროფესიონალები Google Business Profile-ს ლოკაციაზე დაფუძნებული სტრატეგიის განსახორციელებლად იყენებენ.

Google Business Profile-ის შექმნა ლოკალური ძიების წარმატების პირველი ნაბიჯია. ამას აქვს თავისი საფუძველი: GBP უდიდეს გავლენას ახდენს ბრენდებისთვის, რომლებიც ლოკალურ ხილვადობას ესწრაფვიან.

Google-ის ლოკალური ძიების ფუნქცია ხაზს უსვამს GBP-ის საჭიროებას როგორც ახალი, ისე უკვე ჩამოყალიბებული ბიზნესებისთვის.

Google Business Profile: საფუძვლები

GBP გთავაზობთ ახლომდებარე ბიზნესების ჩამონათვალს და უამრავ ინფორმაციას, რომელიც საჭიროა კონკრეტული ბიზნესის მოსაძებნად, როგორიცაა:

- ბიზნესის მისამართი
- სამუშაო საათები
- შეფასებები (Reviews)

ის ეხმარება Google-ის მონაცემთა ბაზას ბიზნესებისა და დაკავშირებული სუბიექტების შესახებ დეტალების გენერირებაში, რომლებიც შესაბამისია კონკრეტული ძიებებისთვის.

პროფილის შექმნის შემდეგ, იქმნება Google Maps-ის ლოკაცია, რომელიც სინქრონიზდება ტრადიციულ Google Search-თან მარტივი წვდომისა და ძებნადობისთვის.

ეს ყველაფერი გამყარებულია იმ ფაქტით, რომ ორგანული ძიებების აბსოლუტური უმრავლესობა (მსოფლიო საძიებო სისტემების ბაზრის დაახლოებით 90%) Google-ზე მოდის. ეს ნათლად აჩვენებს GBP-ისა და ეფექტური ლოკალური SEO-ს ღირებულებას.

გამოიყენეთ ეს გზამკვლევი, რათა დარწმუნდეთ, რომ სწორად შეავსეთ თქვენი Google Business Profile და ოპტიმიზაცია გაუკეთეთ ამ ხელსაწყოს ყველა შესაძლო ასპექტს. ეს ასევე

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

მაქსიმალურ ბერკეტს მისცემს თქვენს ბიზნესს Google-ზე და მესამე მხარის პლატფორმებზე, რომლებიც Google Maps API-ს იყენებენ მომხმარებლებისთვის ლოკაციის ინფორმაციის გენერირებისთვის.

თუ ციფრული მარკეტინგი თქვენთვის და თქვენი ბიზნესისთვის შედარებით ახალი მიმართულებაა, არსებობს რამდენიმე ძირითადი რამ, რაც უნდა იცოდეთ. მნიშვნელოვანია Google Business Profile-ის გაგება და მისი შეთავაზებული ღირებულების აღქმა.

პირველ რიგში: დიახ, Google Business Profile-ის გამოყენება უფასოა.

და არა, GBP არ ცვლის თქვენი ბიზნესის ვებგვერდს.

Google Business Profile ავსებს ბრენდის უკვე არსებულ ვებგვერდ(ებ)ს, აძლევს მას საჯარო იდენტობას და ყოფნას Google-ზე პროფილის საშუალებით.

ბიზნესის შესახებ Google Business Profile-ის მეშვეობით მოწოდებული ინფორმაცია შეიძლება გამოჩნდეს Google Search-ში და Google Maps-ში. ნებისმიერი მესამე მხარის პლატფორმა, რომელიც Google Maps API-ს იყენებს, ასევე აჩვენებს Google Business Profile-ს, მიუხედავად იმისა, თუ რა ტიპის მოწყობილობას იყენებენ მიმხმარებლისთვის.

თუ ადრე იყენებდით Google-ის გარკვეულ ინსტრუმენტებს თქვენი ბიზნესის შესავსებად (მაგალითად, Google+), ან თქვენი ბიზნესი უკვე დიდი ხანია ფუნქციონირებს, სავარაუდოდ, თქვენი ბიზნესი უკვე ჩამოთვლილია Google Business Profile-ში.

ადრე Google My Business, Google Places for Business და Google+ Pages Dashboard იყო თქვენი ბიზნესის ინფორმაციის მართვის საუკეთესო გზები. ესენი ავტომატურად განახლდა Google-ის უნივერსალურ პლატფორმაზე – Google Business Profile-ზე.

Google Business Profile-ის შექმნა

Google Business Profile-ის შექმნისა და გაშვების პირველი ნაბიჯი არის Google-ის ძიების ჩატარება, რათა დარწმუნდეთ, რომ თქვენს ბიზნესს უკვე არ აქვს პროფილი. ასევე შეგიძლიათ გამოიყენოთ Google-ის შიდა ძიების ფუნქცია, რათა იპოვოთ თქვენი ბიზნესი GBP-ზე.

თუ თქვენი ბიზნესი დიდი ხანია არსებობს (რამდენიმე წელი ან მეტი), სავარაუდოდ მას უკვე აქვს GBP და თქვენ უბრალოდ უნდა მოითხოვოთ მისი მფლობელობა (claim). მფლობელობის წარმატებით მოთხოვნის შემდეგ, შეგიძლიათ მართოთ ინფორმაცია ისე, თითქოს GBP თავად შექმენით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ თქვენი ბიზნესისთვის პროფილი უკვე არსებობს, სისტემა გაგაფრთხილებთ. ასევე შესაძლოა შეგატყობინოთ, რომ ვიდაცამ უკვე მოითხოვა თქვენი ბიზნესის მფლობელობა. თუ ეს მოხდა, მიჰყევით ამ ნაბიჯებს.

თუ თქვენი ბიზნესის პროფილი ჯერ არ არის შექმნილი, შეგიძლიათ საკმაოდ სწრაფად დააყენოთ. ვერიფიკაციას ცოტა მეტი დრო სჭირდება, მაგრამ, როგორც წესი, ერთ კვირაში სრულდება.

საწყისი ინფორმაციის შეყვანა

დაიწყეთ ბიზნესის ოფიციალური სახელით, სანამ უფრო მნიშვნელოვან ინფორმაციას შეიყვანთ. შემდეგ შეიყვანეთ თქვენი ძირითადი ბიზნეს კატეგორია. მოგვიანებით შეგიძლიათ შეცვალოთ და დაამატოთ ეს, მაგრამ ეს თქვენი ბრენდის გვერდის შევსების (და ოპტიმიზაციის) კრიტიკული ნაწილია.

დარწმუნდით, რომ იპოვნეთ თქვენი ბიზნესისთვის საუკეთესო შესაბამისი კატეგორია. არსებობს მრავალი ვარიანტი ასარჩევად, მაგრამ უნდა არსებობდეს მინიმუმ ერთი, რომელიც საუკეთესოდ და ყველაზე ზუსტად აჯამებს თქვენს ბიზნესს.

შემდეგ გკითხავენ, გსურთ თუ არა "დაამატოთ ლოკაცია, რომელსაც მომხმარებლები ეწვევიან, როგორიცაა მაღაზია ან ოფისი?" ეს ღირებული ინფორმაციაა, რადგან ბევრი ბიზნესი ფუნქციონირებს, როგორც სერვისის ზონის ბიზნესი და არ საჭიროებს/უშვებს მომხმარებლებს ფიზიკურ ლოკაციაზე.

ასეთ შემთხვევებში, ბიზნესის კონკრეტული ლოკაცია არ გამოჩნდება Google Maps-ზე. თუმცა, ბიზნესი მაინც გამოჩნდება შესაბამის ძიებებში თავის მომსახურების არეალში.

იმ ბიზნესებისთვის, რომლებიც კონკრეტულ მომსახურების არეალში მუშაობენ და არ სურთ, რომ ფაქტობრივი ფიზიკური ლოკაცია გამოჩნდეს Maps-ზე, აირჩიეთ მომსახურების არეალი(ები), რომელიც ეხება ბიზნესს.

შემდეგ შეგიძლიათ დაამატოთ ბიზნესის საკონტაქტო ინფორმაცია, მათ შორის საკონტაქტო ტელეფონის ნომერი და ვებსაიტის მიმდინარე URL.

იმ ბიზნესებისთვის, რომლებსაც აქვთ ფიზიკური ლოკაცია, სადაც ადამიანებს შეუძლიათ მისვლა სამუშაო საათებში, შემდეგი ნაბიჯი არის ბიზნესის მისამართის დამატება.

მისამართის დაყენების შემდეგ, Google Business Profile გკითხავთ, "ემსახურებით თუ არა მომხმარებლებს ამ ლოკაციის გარეთაც?" ეს საშუალებას გაძლევთ დააყენოთ, თუ სად/რამდენად შორს არის მზად ბიზნესი ფიზიკურად წავიდეს საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისთვის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ პასუხი დადებითია, შეძლებთ გაიაროთ იგივე სერვისის ზონის ბიზნესის დეტალების დაყენების პროცესი. მომსახურების არეალის დეტალების დამატება ან შეცვლა ნებისმიერ დროს შეგიძლიათ.

თუ მომხმარებლებს არ ემსახურებით ფიზიკური ლოკაციის გარეთ, აირჩიეთ „არა“, შემდეგ შეიყვანეთ საკონტაქტო დეტალები შემდეგ მოთხოვნაში. ამის შემდეგ, შეგიძლიათ დააჭიროთ „შემდეგი“ პროფილის ვერიფიკაციისთვის.

Google Business Profile-ის ვერიფიკაცია

თქვენ უნდა დაადასტუროთ თქვენი Google Business Profile. ეს ხდება საფოსტო ბარათით, რომელსაც ფოსტით მიიღებთ და ამას შეიძლება ხუთ სამუშაო დღემდე დასჭირდეს. ეს უმტკიცებს Google-ს, რომ თქვენ შეგიძლიათ მართოთ და, ფაქტობრივად, წარმოადგენთ იმ ბიზნესს, რომელსაც აცხადებთ.

თქვენი ბიზნესის ვერიფიკაცია გადამწყვეტია პროფილის ხილვადობისა და შესრულებისთვის. მნიშვნელოვანია იცოდეთ, რომ Google არ აჩვენებს თქვენს ბიზნესს ან მის რედაქტირებულ ინფორმაციას, სანამ ბიზნესი არ დადასტურდება. ვერიფიკაციის გარეშე, თქვენ ვერ შეძლებთ გვერდის სტატისტიკაზე/ანალიტიკურ ინფორმაციაზე ან ბიზნესის შეფასებებზე წვდომას.

ვერიფიკაციას, როგორც წესი, ერთ კვირაზე ნაკლები დრო სჭირდება. Google გამოგიგზავნით ვერიფიკაციის კოდის შემცველ საფოსტო ბარათს, რომელსაც გამოიყენებთ თქვენი პროფილის დასადასტურებლად, და თქვენი ბიზნესი ოფიციალურად გააქტიურდება.

ვერიფიკაციის მეთოდის დადასტურების შემდეგ, შეგიძლიათ დაამატოთ დამატებითი დეტალები თქვენი ბიზნესის შესახებ, მათ შორის სამუშაო საათები, ბიზნეს შეტყობინებების ოპციები, ბიზნესის აღწერა და ფოტოები.

Google Business Profile-ის გამოქვეყნება

ამ პროცესის დასრულების შემდეგ, გადახვალთ Google Business Profile Manager-ზე, სადაც შეგიძლიათ მართოთ თქვენი ბიზნეს პროფილი და შეცვალოთ დეტალები.

აქ მოცემულია რამდენიმე ძირითადი, მაგრამ გადამწყვეტი რჩევა თქვენი პროფილის ოპტიმიზაციისთვის:

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

1. შეავსეთ პროფილის ყველა მონაცემი

ლოკალური ძიების შედეგები უპირატესობას ანიჭებს ძიებებისთვის ყველაზე შესაბამის შედეგებს. ბიზნესები, რომლებიც ყველაზე დეტალურ და ზუსტ ინფორმაციას გვთავაზობენ, უფრო ადვილად გამოჩნდებიან ძიებაში.

არ დატოვოთ არაფერი გამოსაცნობად ან დასაშვებად. დარწმუნდით, რომ თქვენი პროფილი ნათლად აკომუნიკებს, რას აკეთებს თქვენი ბიზნესი, სად მდებარეობს და როგორ შეუძლიათ მომხმარებლებს მიიღონ თქვენი პროდუქტები და/ან მომსახურებები.

2. ჩართეთ საკვანძო სიტყვები (Keywords)

ისევე როგორც ტრადიციული ვებსაიტის SEO-ს შემთხვევაში, Google ძიების შედეგების მოსამსახურებლად იყენებს სხვადასხვა სიგნალებს. მნიშვნელოვანი საკვანძო სიტყვებისა და საძიებო ფრაზების ჩართვა თქვენს ბიზნეს პროფილში წარმოუდგენლად სასარგებლო იქნება, მით უმეტეს, რომ თქვენი ბიზნესის ვებსაიტი პირდაპირ არის ჩამოთვლილი თქვენს GBP-ში.

გამოიყენეთ ისინი ბიზნესის აღწერაში და ყოველ ჯერზე, როდესაც Local Post-ს გამოაქვეყნებთ თქვენი აუდიტორიისთვის.

3. შეინარჩუნეთ ბიზნესის ზუსტი სამუშაო საათები

მნიშვნელოვანია თქვენი ბიზნესის სამუშაო საათების მითითება, მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანია მათი განახლება ნებისმიერი ცვლილებისას. Google გვთავაზობს დღესასწაულებისა და სხვა სპეციალური ღონისძიებებისთვის საათების მორგების შესაძლებლობას. ისინი ყოველთვის უნდა განახლდეს, რათა თქვენი საიტი ზუსტი იყოს და მომხმარებლები კმაყოფილი.

COVID-19-ის ეპოქაში, GBP კიდევ უფრო მეტ მოქნილობას გვთავაზობს საათებთან და პოტენციური მომხმარებლებისთვის შეტყობინებებთან დაკავშირებით.

შენიშვნა: დამატებითი საათები არ გამოჩნდება თქვენი ბიზნესისთვის, სანამ რეგულარული საათები არ იქნება დაყენებული.

4. დაამატეთ ფოტოები

ფოტოები ბიზნეს პროფილების ეფექტურობას ბევრად მეტად აუმჯობესებს, ვიდრე ბიზნესის მფლობელებსა და მარკეტერებს წარმოუდგენიათ. Google-ის მონაცემებით, ბიზნესები, რომლებსაც ფოტოები აქვთ თავიანთ პროფილებზე, 42%-ით მეტ მოთხოვნას

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

იღებენ მიმართულებების შესახებ Google Maps-ზე და 35%-ით მეტ დაწკაპუნებას თავიანთ ვებსაიტებზე, ვიდრე ფოტოების გარეშე ბიზნესები.

მეტი რჩევისთვის GBP ფოტოებთან დაკავშირებით, იხილეთ ქვემოთ.

5. მართეთ და უპასუხეთ მომხმარებელთა შეფასებებს

მომხმარებლებთან ურთიერთობა მათ შეფასებებზე პასუხის გაცემით გვიჩვენებს, რომ თქვენი ბიზნესი აფასებს თავის მომხმარებლებს და მათ მიერ დატოვებულ უკუკავშირს. დადებით შეფასებებს დადებითი გავლენა ექნება პოტენციურ მომხმარებლებზე თქვენი ბიზნესის კვლევისას. ისინი ასევე ზრდის თქვენი ბიზნესის ხილვადობას ძიების შედეგებში.

წახალისეთ მომხმარებლები, რომ დატოვონ უკუკავშირი იმ ბმულის შექმნით, რომელზეც დაწკაპუნებით მათ შეეძლება შეფასებების დაწერა თქვენი ბიზნესისთვის.

6. მიეცით მომხმარებლებს შეტყობინებების გაგზავნის საშუალება

ეს შეიძლება ზოგჯერ მოუხერხებელი იყოს, მაგრამ მომხმარებლებისგან შეტყობინებების მიღება და მათზე პასუხის გაცემა მხოლოდ Google Business Profile აპლიკაციის საშუალებით არის შესაძლებელი. ამისათვის აპლიკაციის მეშვეობით შეეხეთ Customers-ს, შემდეგ Messages-ს, შემდეგ Turn on-ს.

ჩართვის შემდეგ, მომხმარებლებს შეეძლება შეტყობინებების გაგზავნა ბიზნესებისთვის მათი Business Profile-ის მეშვეობით, გამოჩენილი "Message" ლილაკით. შეტყობინებებს შეიძლება ჰქონდეს მორგებული ავტომატური პასუხები, რათა მიესალმოს მომხმარებლებს შემომავალი შეტყობინებებისთვის. ეს ხელს უწყობს ბიზნესის რეაგირებასა და ხილვადობას, რადგან რეაგირების დრო ასე არ დაზარალდება.

GBP-ის მეშვეობით მაქსიმალური ეფექტურობისა და ხილვადობისთვის, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია შეტყობინებებზე პასუხის გაცემის დრო 24 საათზე ნაკლები იყოს. თუმცა, ცხადია, რაც უფრო სწრაფია, მით უკეთესი. მომხმარებლებს არ სურთ პასუხების ლოდინი და ხშირად სწრაფი პასუხი განაპირობებს იმას, გახდება თუ არა მომხმარებელი.

7. გამოიყენეთ ლოკალური პოსტები (Local Posts)

შეგიძლიათ გამოაქვეყნოთ შეთავაზებები, ღონისძიებები, პროდუქტები და მომსახურებები პირდაპირ Google Search-სა და Maps-ზე Google Business Profile-ზე პოსტების მეშვეობით. პოსტები საშუალებას გაძლევთ ჩაერთოთ თქვენს აუდიტორიასთან და შეინარჩუნოთ თქვენი ყოფნა Google-ზე აქტუალურად. მათი გაგზავნა შესაძლებელია ნებისმიერი მოწყობილობიდან – ტელეფონიდან, პლანშეტიდან ან კომპიუტერიდან.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ბიზნესებს ასევე შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ თავიანთი Knowledge Panel-ის გაფართოებაზე, თავიანთი ბიზნესისა და მისი წარმომადგენლების შესახებ პირდაპირი უკუკავშირით.

Google-ის მიერ მოწოდებული რჩევები Local Posts-ის მაქსიმალური გამოყენებისთვის: დარწმუნდით, რომ თითოეული პოსტი მაღალი ხარისხისაა – გრამატიკული შეცდომების, გაუმართავი სიმბოლოების, უაზრო ან უსარგებლო ინფორმაციის გარეშე. ისინი უნდა იყოს პატივისცემითი და არა შეურაცხყოფელი.

საუკეთესო პოსტები მოიცავს ვიზუალურ მასალას და ბმულებს, მაგრამ ბმულები ყოველთვის უნდა იყოს სანდო საიტებზე. დაუშვებელია ბმულები, რომლებიც მივყავართ მავნე პროგრამებთან, ვირუსებთან, ფიშინგთან ან პორნოგრაფიულ მასალასთან.

რეგულირებულ საქონელსა და მომსახურებებზე მომუშავე ბიზნესებს უფლება აქვთ გამოიყენონ პოსტები, მაგრამ არ შეუძლიათ გამოაქვეყნონ კონტენტი, რომელიც დაკავშირებულია თავად პროდუქტებთან. ეს ინდუსტრიები, როგორც წესი, მოიცავს:

- ზრდასრულთა მომსახურებები
- ალკოჰოლი და თამბაქო
- ფარმაცევტული პროდუქტები და რეკრეაციული ნარკოტიკები
- ჯანმრთელობა და სამედიცინო მოწყობილობები
- აზარტულ თამაშებთან დაკავშირებული მომსახურებები
- ფეიერვერკები
- იარაღი
- ფინანსური მომსახურებები

ეს პოსტები შეიძლება და გამოჩნდეს Google-ში, ამიტომ ისინი უნდა იყოს შესაბამისი და უვნებელი.

8. დარჩით დაკავშირებული COVID-19-ის დროს

ბოლო წლებმა უამრავი სიურპრიზი მოგვითანა. ყველაზე დიდი იყო COVID-19 და ის არეულობა, რომელიც მან გამოიწვია (და კვლავაც იწვევს). თუ მაღაზიები ჩვეულებრივზე განსხვავებულად მუშაობენ COVID-19-ის შეზღუდვების, მითითებების ან უსაფრთხოების წესების გამო, ბიზნესებს შეუძლიათ განაახლონ თავიანთი პროფილები GBP-ზე, რათა მიაწოდონ ყველაზე ზუსტი ინფორმაცია მომხმარებლებს.

ახლად დამატებული ფუნქციები აადვილებს კომუნიკაციას არსებულ და პოტენციურ მომხმარებლებთან პანდემიის დროს. სამუშაო საათებისა და ლოკალური პოსტების მორგების გარდა, ბიზნესს შეუძლია:

- მაღაზია დროებით დახურულად მონიშვნა.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- მიტანის ვარიანტების მართვა.
- ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების ატრიბუტების დამატება.

9. გამოიყენეთ სპეციალური ატრიბუტები

GBP-ის უახლესი ფუნქციები საშუალებას აძლევს ქალთა მფლობელობაში მყოფ და შავკანიანი მფლობელობაში მყოფ ბიზნესებს, რომლებსაც ფლობენ შავკანიანები, გამოჩნდნენ თავიანთ პროფილზე. ისინი ასევე იძლევა სხვა ფუნქციებს, როგორიცაა გარე ტერასა და ა.შ.

თუ ბიზნესი ჯანდაცვასთან არის დაკავშირებული, დამატებითი ატრიბუტები შეიძლება ხელმისაწვდომი იყოს, მათ შორის:

- მომხმარებლების ინფორმირება, გვთავაზობს თუ არა თქვენი ბიზნესი ონლაინ მომსახურებას.
- მომხმარებლებისთვის ონლაინ მომსახურების დაგეგმვისა და მიღების პირდაპირი მეთოდის მიწოდება.
- თქვენი სქესის ინფორმაციის რედაქტირება.

თქვენი ჩამონათვალისთვის ხელმისაწვდომი ატრიბუტები დამოკიდებულია მის ძირითად კატეგორიაზე. შეიტყვეთ მეტი ატრიბუტების შესახებ აქ.

10. გამოიყენეთ პროდუქტის კატალოგი

მერჩანტებისთვის, რომლებსაც აქვთ პროდუქტები გამოსაფენად, GBP-ის პროდუქტის რედაქტორი სწორედ ამის საშუალებას აძლევს. ბიზნესის უმეტესობა უფლებამოსილია წარმოაჩინოს პროდუქტები, თუ ისინი მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესებია; და რამდენიმე ბიზნეს ვერტიკალი.

უფრო დიდ ბიზნესებს პროდუქტების წარმოსაჩენად Local Inventory Ads უნდა გამოიყენონ.

პროდუქტების შესახებ ინფორმაციის, მათ შორის ფასების, დეტალების და ფოტოების შეთავაზება მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს უკეთ გააცნობიერონ შეთავაზებული პროდუქტები და მეტი იურთიერთონ ბიზნესებთან. ეს პროდუქტის დეტალები ასევე საშუალებას აძლევს Google-ს უკეთ გაიგოს ბიზნესი.

ფოტოები და ვიდეოები თქვენი Google Business Profile-ისთვის

GBP-ისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ვიზუალური ელემენტი, რა თქმა უნდა, ლოგოა. სავარაუდოდ, არ იქნება ისეთი გამოსახულება, რომელსაც უფრო მეტი ხილვადობა ან გავლენა ექნება. Google რეკომენდაციას აძლევს ბიზნესებს, გამოიყენონ თავიანთი ლოგო,

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რათა მომხმარებლებმა თქვენი ბიზნესი კვადრატული ზომის გამოსახულებით იდენტიფიცირონ.

სხვა ტიპის ციფრული აქტივები, რომლებიც უნდა დაემატოს თქვენს GBP-ს, არის:

ქვერ ფოტო (Cover Photo)

თქვენი ქვერ ფოტო უნდა აჩვენებდეს თქვენი ბრენდის გვერდის პიროვნებას. ქვერ ფოტო არის დიდი ფოტო, რომელიც გამოსახულია ბრენდის ბიზნეს პროფილის თავზე, ის ყოველთვის მოიჭრება 16:9 ასპექტის თანაფარდობის შესაბამისად.

ინტერიერის ფოტოები

ეს ეხმარება მომხმარებლებს უკეთ გაიგონ მაღაზიაში არსებული გამოცდილება ბიზნესში. ის საშუალებას აძლევს ბიზნეს ოპერატორებს გააზიარონ ბიზნესის ინტერიერის იერსახე და შეგრძნება, ამიტომ დატოვეთ კარგი შთაბეჭდილება! ის ასევე საშუალებას აძლევს პოტენციურ მომხმარებლებს ვიზუალური წარმოდგენა შექმნან მაღაზიის, მისი განლაგებისა და ნებისმიერი პოტენციური შეზღუდვის შესახებ.

ვიდეო

ვიდეოები ვებ-გვერდზე ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული მედია ფორმაა. ეს იმიტომ ხდება, რომ ისინი უკიდურესად ეფექტურია ამბის მოსაყოლად და/ან ისეთი რამის ასახსნელად, რისი ახსნაც სხვაგვარად პოტენციურად რთული იქნებოდა.

დამატებითი ფოტოები

ფოტოების სხვა სახეობები გამოიყენება თქვენი ბიზნესის იმ მახასიათებლების ხაზგასასმელად, რომლებსაც მომხმარებლები შესყიდვის გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებენ. ეს ფოტოები განსხვავდება ზემოთ ნახსენები მდიდარი მედიისგან და დამოკიდებულია თქვენ მიერ მართული ბიზნესის ტიპზე.

ეს ფოტოები შეიძლება მოიცავდეს სხვა ზოგად ფოტოებს, რომლებიც აჯამებს ბიზნესს და რისი გაკეთება შეუძლია მას თავისი მომხმარებლებისთვის. ეს შეიძლება იყოს:

- პროდუქტები და/ან მომსახურებები, რომლებსაც თქვენი ბიზნესი გვთავაზობს.
- ბიზნესის თანამშრომლები, რომლებიც მუშაობენ და/ან ეხმარებიან მომხმარებლებს.
- ბიზნესის ექსტერიერი და ხელმისაწვდომი პარკინგი.

ყველა ფოტო უნდა შეესაბამებოდეს Google-ის საუკეთესო პრაქტიკას:

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- **ფორმატი:** JPG ან PNG
- **ზომა:** 10 KB-დან 5 MB-მდე
- **მინიმალური გარჩევადობა:** 720 px სიმაღლე, 720 px სიგანე
- **ხარისხი:** ფოტო უნდა იყოს ფოკუსირებული და კარგად განათებული, ყოველგვარი ცვლილებების ან ფილტრების გადაჭარბებული გამოყენების გარეშე. გამოსახულება უნდა ასახავდეს რეალობას.

Google ასევე გვთავაზობს ვირტუალური ტურის შესაძლებლობას, რაც კიდევ უფრო გაზრდის ბრენდის პროფილის ხილვადობას. მას ასევე შეუძლია ტრაფიკის მოზიდვა ბიზნესში 360-გრადუსიანი ინტერაქტიული გამოცდილებით.

Google Business Profile Insights-ის მონიტორინგი

ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში, Google-მა უზარმაზარი პროგრესი მიაღწია Google Business Profile-ისთვის ხელმისაწვდომ ანალიტიკურ მონაცემებში. ახლა უკვე Insights-ის სახელწოდებით, Google ბიზნესებს სთავაზობს განსხვავებულ გზას იმის გასაგებად, თუ როგორ ურთიერთობენ მომხმარებლები ბიზნეს პროფილებთან, მათ შორის:

- როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს.
- სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე.
- მომხმარებლის ქმედებები.
- მიმართულებების მოთხოვნები.
- სატელეფონო ზარები.

როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს

Insights-ის ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ როგორ გიპოვენ მომხმარებლებმა "პირდაპირი" ძიებით (მათ მოძებნეს თქვენი ბიზნესის სახელი ან მისამართი) "აღმოჩენის" ძიების წინააღმდეგ (მათ მოძებნეს კატეგორია, პროდუქტი ან მომსახურება, რომელსაც თქვენ სთავაზობთ, და გამოჩნდა თქვენი პროფილი).

ამ სექციებს აქვს შემდეგი ეტიკეტები Insights-ის ნაყარ ანგარიშებში:

- სულ ძიებები
- პირდაპირი ძიებები
- აღმოჩენის ძიებები

სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე

ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ რამდენი მომხმარებელმა გიპოვათ Google Search-ის ან Google Maps-ის მეშვეობით. ძიების ჩამონათვალისა და Maps-ის ჩამონათვალის გარდა, თქვენ

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ნახავთ თქვენი პროფილის ნახვების რაოდენობას, რომელიც თითოეულმა პროდუქტმა მიიღო თქვენს მიერ არჩეულ დროის მონაკვეთში.

Google-ის მიხედვით, "ნახვები" სხვა ანალიტიკურ პლატფორმებზე "impressions"-ის მსგავსია. იმის სანახავად, თუ რამდენი ადამიანი გიპოვავთ კონკრეტულ პროდუქტზე კონკრეტულ დღეს, მოათავსეთ კურსორი გრაფიკის შესაბამის სეგმენტზე იმ დღეს, რომელიც გაინტერესებთ.

ამ სექციებს აქვს შემდეგი ეტიკეტები Insights-ის ნაყარ ანგარიშებში:

- სულ ნახვები
- ძიების ნახვები
- Maps-ის ნახვები

მომხმარებლის ქმედებები

ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ რა გააკეთეს მომხმარებლებმა, მას შემდეგ რაც იპოვეს თქვენი პროფილი Google-ზე. "სულ ქმედებები" იძლევა მომხმარებლების მიერ თქვენს პროფილზე განხორციელებული შემდეგი ტიპის ქმედებების ჯამს:

- ეწვივნენ თქვენს ვებსაიტს.
- მოითხოვეს მიმართულებები.
- დაგირეკეს.
- ნახეს ფოტოები.

ამ ანგარიშების სექციაში შემდეგი ეტიკეტები ხელმისაწვდომია, როგორც ანგარიშები:

- სულ ქმედებები
- ვებსაიტის ქმედებები
- მიმართულებების ქმედებები
- სატელეფონო ზარების ქმედებები

მიმართულებების მოთხოვნები

Insights-ის ეს ნაწილი იყენებს რუკას იმის საჩვენებლად, თუ საიდან ითხოვენ ადამიანები თქვენი ბიზნესისკენ მიმართულებებს. თქვენი ბიზნესის ლოკაცია იდენტიფიცირებულია რუკაზე და ნაჩვენებია ზოგიერთი ყველაზე გავრცელებული ადგილი, საიდანაც ადამიანები ითხოვენ მიმართულებებს თქვენი ბიზნესისკენ.

ის ასევე ყოფს მიმართულებების მოთხოვნების მთლიან რაოდენობას ქალაქის ან უბნის მიხედვით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

სატელეფონო ზარები

ეს სექცია გვიჩვენებს, როდის და რამდენად ხშირად დაურეკეს მომხმარებლებმა თქვენს ბიზნესს Google-ზე თქვენი პროფილის მეშვეობით. სექციის თავში, "სულ ზარები" აჩვენებს სატელეფონო ზარების საერთო რაოდენობას არჩეული დროის მონაკვეთისთვის.

გრაფიკი გვთავაზობს ტენდენციების ნახვის შესაძლებლობას სატელეფონო ზარების მიხედვით კვირის დღის ან დღის დროის მიხედვით. ეს საშუალებას აძლევს მარკეტერებსა და ბიზნეს ოპერატორებს იცოდნენ, როდის არის სავარაუდო, რომ მომხმარებლები დარეკავენ თქვენი GBP-ის ნახვის შემდეგ.

ფოტოები

და ბოლოს, GBP საშუალებას გაძლევთ შეამოწმოთ, რამდენად ხშირად ნახულობენ თქვენი ბიზნესის ფოტოებს Photo views გრაფიკითა და Photo quantity გრაფიკით. ასევე, გრაფიკებზე არის ხაზები, რომლებიც ადარებენ თქვენი ბიზნესის ფოტო მონაცემებს თქვენს მსგავსი სხვა ბიზნესების ფოტო მონაცემებს.

ამ ანგარიშგების კომპონენტის სექცია მოიცავს Insights-ის ნაყარ მონაცემებს:

- მფლობელის სულ ფოტოები.
- მფლობელის ფოტოების ნახვები.
- მომხმარებლის სულ ფოტოები.
- მომხმარებლის ფოტოების ნახვები.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რა არის და როგორ მოვიძიოთ ლოკალური ლინკები

ლინკების მშენებლობა გადამწყვეტი კომპონენტია ნებისმიერი [ლოკალური SEO](#) სტრატეგიისთვის. სტატიაში მოყვანილი რჩევები, დაგეხმარებათ მაქსიმალური სარგებელი მიიღოთ ლინკებისგან.

ლინკების მშენებლობა (Link building) კრიტიკული ნაწილია ნებისმიერი [ლოკალური SEO](#) სტრატეგიისთვის. მიუხედავად იმისა, ფიზიკური მაღაზია (brick-and-mortar business) თუ სერვისის მიმწოდებელი ბიზნესი (service area business) ხართ, ლინკებს შეუძლია გააუმჯობესოს თქვენი რეიტინგები საძიებო სისტემებში.

მაღალი ხარისხის და რელევანტური ლინკების მოძიება [ლოკალური SEO](#)-სთვის ერთ-ერთი უდიდესი გამოწვევაა. ამ სტატიაში ნახავთ უამრავ სასარგებლო რჩევას, რომელიც დაგეხმარებათ პოტენციური პარტნიორების იდენტიფიცირებაში, ხელსაწყოების ეფექტურად გამოყენებაში და მეტი ლინკების მოპოვებაში.

რა არის ლოკალური ლინკი?

ლოკალური ლინკი გულისხმობს, რომ მაღალი ავტორიტეტის მქონე დომენები უკავშირდებიან ჩვენს ვებსაიტებს – და სასურველია რაც შეიძლება მეტი ლინკი გვქონდეს.

თუმცა ბმულების (backlinks) მოპოვება მცირე ორგანიზაციებისთვის წარმოდგენილად რთულია, განსაკუთრებით თუ არავის სმენია თქვენს შესახებ.

თუ თქვენი ამოცანაა ლინკების შექმნა ლოკალური ფიზიკური მაღაზიისთვის ან სერვისის მიმწოდებელი ბიზნესისთვის, მნიშვნელოვანია ლინკების რელევანტურობის გაგება.

[ლოკალური SEO](#) პროფესიონალები, როგორც წესი, ყურადღებას ამახვილებენ:

- NAP (სახელი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი) ინფორმაციის კორექტირებაზე.
- ციტირებების (citations) სიის შექმნაზე.
- ჰიპერლოკალური კონტენტის შექმნაზე.
- ლინკების შექმნაზე ადგილობრივი ვებსაიტებიდან.

ეს ამოცანები მიზნად ისახავს **Google Business Profile-ის (GBP)** მეშვეობით ლოკალიზებული საკვანძო სიტყვების ორგანული ძიების შედეგებში დამკვიდრებას.

თქვენს კონკრეტულ ადგილობრივ ტერიტორიაზე არსებულ ვებსაიტებს შესაძლოა არ ჰქონდეთ მაღალი ავტორიტეტი. ისინი თავად შეიძლება იყვნენ მცირე ზომის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

არ გაამახვილოთ ყურადღება ლინკების მეტრიკაზე, როგორცაა **დომენის ავტორიტეტი (DA)** ლოკალიზებული საიტებისთვის.

მაშინაც კი, თუ ვებსაიტს აქვს დაბალი DA, მისგან ლინკის მიღება შეიძლება უფრო ღირებული იყოს, ვიდრე Forbes-ის, Huffington Post-ის ან The New York Times-ისგან, უბრალოდ იმიტომ, რომ მათ აქვთ გავლენა და რელევანტურობა თქვენს **მცირე ბაზარზე**.

მიუხედავად იმისა, რომ ყოველთვის ძალიან კარგია ლინკების მიღება მაღალი ავტორიტეტის მქონე საიტებიდან, მნიშვნელოვანია გვესმოდეს ის შეზღუდვები, რომლებთანაც ლოკალურ ბიზნესებს უწევთ გამკლავება – და, ხშირ შემთხვევაში, ბიუჯეტის ნაკლებობა იმ ტიპის კონტენტის შესაქმნელად, რომელსაც ეს დიდი გამომცემლები გთავაზობენ.

კარგია დიდი მიზნების დასახვა, მაგრამ უნდა გვესმოდეს ის პარამეტრები, რომლებთანაც ვმუშაობთ. **ადგილობრივი ბიზნესი** მხოლოდ იმ ლოკალურ სივრცეში იმოქმედებს, სადაც ის მდებარეობს, ამიტომ საქართველოში ბიზნესის კეთება და ნიუ-იორკიდან ტრაფიკის მიღება შეიძლება საბოლოოდ უსარგებლო აღმოჩნდეს.

დაიწყეთ ციტირებების (Citations) შექმნა

ციტირებების შექმნა ნიშნავს ზოგადი დირექტორიების ან/და ნიშური დირექტორიების მოძიება და თქვენი არსებული ინფორმაციის შექმნა/კორექტირება.

ციტირებები კარგია, რადგან ისინი საშუალებას გაძლევთ განათავსოთ ლინკი საკმაოდ კარგ ვებსაიტებზე, სადაც თქვენი ძირითადი ბიზნეს ინფორმაცია შესაძლოა ზოგიერთმა მომხმარებელმაც კი ნახოს, თუ ძიების კონკურენცია დაბალია.

სერვისები, რომლებიც დაგეხმარებათ ციტირებების მშენებლობაში, მოიცავს:

- [Yext](#)
- [Moz Local](#)
- [BrightLocal](#)
- [Whitespark](#)

ეს არის შესანიშნავი პლატფორმები, რომლებიც გამოვიყენე ციტირებების მშენებლობისა და აუდიტისთვის.

ამ ხელსაწყოებიდან ერთ-ერთის გამოყენებისას, ყურადღება მიაქციეთ მათ მონაცემთა ბაზაში არსებულ **ნიშურ დირექტორიებს**. ნიშურ დირექტორიებს უფრო მეტი წონა ექნებათ, ვიდრე ზოგად დირექტორიებს.

მოდით, განვიხილოთ თითოეული მათგანი, რას აკეთებენ და რით გამოირჩევიან:

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

1. Yext

რას აკეთებს? Yext არის ციტირებების მართვის ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი და ყოვლისმომცველი პლატფორმა. მისი მთავარი ფუნქციაა თქვენი ბიზნესის NAP (სახელი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი) ინფორმაციის სინქრონიზაცია და გავრცელება ასობით ონლაინ დირექტორიაში, რუკის აპლიკაციაში და საძიებო სისტემაში ერთდროულად.

- ძირითადი მახასიათებლები:

- **"PowerListings"**: Yext-ის ყველაზე ძლიერი მხარეა მისი ფართო ქსელი. ის პირდაპირ უკავშირდება ისეთ მნიშვნელოვან პლატფორმებს, როგორიცაა Google, Facebook, Apple Maps, Yelp, Bing და უამრავ სხვა ინდუსტრიულ და ზოგად დირექტორიას.
- **მონაცემთა მყისიერი განახლება**: თუ თქვენს ბიზნეს ინფორმაციაში ცვლილებაა (მაგალითად, სამუშაო საათები ან მისამართი), Yext საშუალებას გაძლევთ მყისიერად განახლოთ ის ყველა დაკავშირებულ პლატფორმაზე. ეს ხელს უშლის ინფორმაციის შეუსაბამობას (NAP inconsistencies), რაც კრიტიკულად მნიშვნელოვანია [ლოკალური SEO](#)-სთვის.
- **დუბლირებული ჩამონათვალების აღმოჩენა და წაშლა**: ხშირად ბიზნესებს აქვთ დუბლირებული ან მოძველებული ჩამონათვალები, რაც აბნევს საძიებო სისტემებს. Yext ეხმარება ამ პრობლემის იდენტიფიცირებასა და გამოსწორებაში.
- **შეფასებების მართვა**: საშუალებას გაძლევთ აკონტროლოთ და უპასუხოთ მომხმარებელთა შეფასებებს სხვადასხვა პლატფორმიდან ერთი პანელიდან.

ვისთვის არის? იდეალურია საშუალო და მსხვილი ბიზნესებისთვის, რომლებსაც მრავალი ლოკაცია აქვთ, ან მათთვის, ვისაც სურს მაქსიმალური კონტროლი ჰქონდეს თავის ონლაინ ყოფნაზე და მზად არის გადაიხადოს პრემიუმ სერვისისთვის.

2. Moz Local

რას აკეთებს? Moz Local არის კიდევ ერთი პოპულარული ინსტრუმენტი, რომელიც Yext-ის მსგავსად, მიზნად ისახავს თქვენი ბიზნესის მონაცემების გავრცელებას და მართვას ონლაინ დირექტორიებში. ის აქცენტს აკეთებს ძირითადი მონაცემთა აგრეგატორებთან (**data aggregators**) დაკავშირებაზე, რომლებიც შემდეგ ამ ინფორმაციას სხვა დირექტორიებს უზიარებენ.

- ძირითადი მახასიათებლები:

- **მონაცემთა აგრეგატორებზე ფოკუსირება**: Moz Local-ი დიდ ყურადღებას უთმობს ისეთ აგრეგატორებს, როგორიცაა Infogroup, Neustar Localeze, Factual და Acxiom, რომლებიც ინფორმაციის ძირითადი წყაროა მრავალი სხვა დირექტორიისთვის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- **NAP თანმიმდევრულობის ანგარიშები:** გთავაზობთ დეტალურ ანგარიშებს იმის შესახებ, თუ რამდენად თანმიმდევრულია თქვენი ბიზნესის ინფორმაცია სხვადასხვა ონლაინ წყაროზე და სად არის საჭირო კორექტირება.
- **დუბლირებული ჩამონათვალების მართვა:** ეხმარება დუბლირებული ჩანაწერების იდენტიფიცირებასა და გამოსწორებაში.
- **შეფასებების და სოციალური მედიის მონიტორინგი:** საშუალებას გაძლევთ თვალყური ადევნოთ შეფასებებს და სოციალურ მედიაში ხსენებებს.

ვისთვის არის? მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის, რომლებსაც სურთ ეფექტური ციტირების მართვა შედარებით ხელმისაწვდომ ფასად. ის კარგ ბალანსს გვთავაზობს ფუნქციონალურობასა და ღირებულებას შორის.

3. BrightLocal

რას აკეთებს? BrightLocal არის ყოვლისმომცველი [ლოკალური SEO](#) პლატფორმა, რომელიც ციტირებების მართვის გარდა, გთავაზობთ სხვა ინსტრუმენტებსაც, როგორიცაა ადგილობრივი რანჟირების თვალთვალი, შეფასებების მონიტორინგი და ლოკალური კონკურენტების ანალიზი.

- **ძირითადი მახასიათებლები:**
 - **ციტირების აუდიტი და მშენებლობა:** გეხმარებათ იპოვოთ არსებული ციტირებები, აღმოაჩინოთ შეცდომები და ააშენოთ ახალი ციტირებები. მათ აქვთ როგორც ავტომატიზირებული, ასევე ხელით ციტირების მშენებლობის სერვისები.
 - **ლოკალური ძიების რანჟირების თვალთვალი:** საშუალებას გაძლევთ აკონტროლოთ თქვენი ბიზნესის პოზიციები Google-ის ლოკალურ პაკეტში და ორგანულ ძიებაში კონკრეტული საკვანძო სიტყვებისთვის.
 - **შეფასებების მართვა და გენერირება:** გეხმარებათ შეფასებების მოპოვებაში (მაგალითად, მომხმარებლებისთვის ბმულების გაგზავნით) და მათ მართვაში.
 - **Google Business Profile-ის აუდიტი:** აანალიზებს თქვენი GBP-ის ოპტიმიზაციის დონეს და გაძლევთ რეკომენდაციებს.

ვისთვის არის? იდეალურია [ლოკალური SEO სააგენტოებისთვის](#), ფრილანსერებისთვის და ბიზნესებისთვის, რომლებსაც სჭირდებათ სრული ლოკალური SEO გადაწყვეტა, არა მხოლოდ ციტირებების მართვა.

4. Whitespark

რას აკეთებს? Whitespark ცნობილია თავისი ციტირების **Finder**-ით და ლოკალური ლინკების მშენებლობის სერვისებით. ის განსაკუთრებით ძლიერია ნიშური და

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ადგილობრივი ციტირების შესაძლებლობების იდენტიფიცირებაში, რომლებიც ხშირად სხვა ინსტრუმენტებს გამორჩებათ.

- **ძირითადი მახასიათებლები:**

- **Local Citation Finder:** ეს არის მათი ფლაგმანი პროდუქტი. ის აანალიზებს თქვენს კონკურენტებს და გიჩვენებთ, სად აქვთ მათ ციტირებები, რაც თქვენ არ გაქვთ. ეს გეხმარებათ კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებაში.
- **Citation Building Services:** Whitespark-ი გთავაზობთ ხელით ციტირების მშენებლობის სერვისს, სადაც მათი გუნდი ხელით ქმნის და აგზავნის თქვენს ბიზნეს ინფორმაციას მაღალი ხარისხის დირექტორიებში. ეს განსაკუთრებით სასარგებლოა ნიშური და ადგილობრივი დირექტორიებისთვის.
- **Local Rank Tracker:** BrightLocal-ის მსგავსად, Whitespark-საც აქვს ინსტრუმენტი ლოკალური რანჟირების თვალთვალისთვის.
- **Reputation Builder:** ეხმარება შეფასებების მოპოვებასა და მართვაში.

ვისთვის არის? შესანიშნავია მათთვის, ვისაც სურს ღრმა ანალიზი ჩაატაროს კონკურენტების ციტირებებზე და ხელით ააშენოს მაღალი ხარისხის, ნიშური ციტირებები. ხშირად გამოიყენება სხვა ავტომატიზებულ ინსტრუმენტებთან ერთად, რათა მაქსიმალურად გაიზარდოს ციტირების პროფილი.

მოკლე შეჯამება:

- **Yext:** ყველაზე ავტომატიზირებული, ფართო ქსელი, მყისიერი განახლებები. პრემიუმ ვარიანტი.
- **Moz Local:** კარგი ბალანსი ფასსა და ფუნქციონალურობას შორის, ფოკუსი მონაცემთა აგრეგატორებზე.
- **BrightLocal:** ყოვლისმომცველი [ლოკალური SEO](#) პლატფორმა, ციტირებების გარდა სხვა ინსტრუმენტებით.
- **Whitespark:** ძლიერი ციტირების Finder-ით და ხელით ციტირების მშენებლობის სერვისებით, კონკურენტების ანალიზზე ფოკუსირებით.

ეს ინსტრუმენტები თითოეული თავისებურად ეხმარება ბიზნესებს, უზრუნველყონ თავიანთი ონლაინ ინფორმაციის სიზუსტე, თანმიმდევრულობა და ფართო გავრცელება, რაც გადამწყვეტია Google-ის ლოკალურ ძიების შედეგებში წარმატებისთვის.

თუმცა, Yext, Moz Local, BrightLocal და Whitespark, ძირითადად, ორიენტირებულია ჩრდილოეთ ამერიკის, ევროპისა და სხვა განვითარებული ბაზრების ონლაინ დირექტორიებსა და მონაცემთა აგრეგატორებზე. **სამწუხაროდ, ისინი არ არიან ადაპტირებული ქართულ ლოკალურ დირექტორიებთან და პლატფორმებთან.** ეს ნიშნავს, რომ მათი გამოყენებით ვერ შეძლებთ თქვენი ბიზნესის ინფორმაციის ეფექტურად გავრცელებას ქართულ ონლაინ სივრცეში.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

მაშ სად არის შესაძლებლობები? ყველგან, სადაც იპოვით!

გავრცელებულია მოსაზრება, რომ **ლოკალური ლინკების შექმნა** შესაძლოა არ იყოს სასარგებლო, არ იყოს ბუნებრივი, ან (ზოგიერთ შემთხვევაში) შეუძლებელიც კი ჩანდეს.

სწორედ ამიტომ, მათ, ვინც **ლოკალურ SEO-ს** აკეთებს, შესაძლოა უფრო შემოქმედებითი მიდგომა დასჭირდეთ, ვიდრე მათ, ვინც SEO-ს აკეთებს გიგანტური ბრენდისთვის.

ლოკალური ლინკების შესაძლებლობებს შესაძლოა არ ჰქონდეთ ისეთივე მრავალფეროვნება, როგორც ეროვნულ ან გლობალურ ლინკების ვარიანტებს. თქვენ იბრძვით **ჰიპერლოკალური საკვანძო სიტყვებისთვის** რანჟირებისთვის, რომლებსაც, როგორც წესი, არ აქვთ დიდი სამიზნო მოცულობა, და თავიდან იმუშავებთ დაბალი ავტორიტეტის მქონე ვებსაიტებთან.

აქ მოცემულია **ლოკალური ლინკების** რამდენიმე ტიპი, რომელთა აშენებაც შეგიძლიათ მაგალითად ადგილობრივი კაფეტერიისთვის:

- **ადგილობრივი გაზეთები ან მედია საშუალებები**, რომლებიც აშუქებენ ადგილობრივ კერძებს.
- **ადგილობრივი ბლოგერები**, რომლებსაც მცირე მიმდევრები ჰყავთ, მაგრამ მთელი ეს მიმდევრობა თქვენს სამიზნე არეალშია.
- **ადგილობრივი ღონისძიებების გვერდები**, რომლებიც ქმნიან კონტენტს იმის შესახებ, თუ რა უნდა გააკეთოთ კონკრეტულ ტერიტორიაზე – **ტურისტული საიტები**, **ქალაქის ცენტრის დირექტორიები**, **სავაჭრო პალატები** და ა.შ.
- **სხვა ადგილობრივი ბიზნესები**, რომლებსაც ასევე აქვთ ვებსაიტები და მზად არიან შექმნან „ადგილობრივი პარტნიორების“ გვერდი.
- **ადგილობრივი საქველმოქმედო ორგანიზაციები**, რომლებსაც ბიზნესის მფლობელს შეუძლია დააფინანსოს ან მოხალისეობა გაუწიოს, და რომლებიც გვთავაზობენ გამორჩეული მოხალისეების გვერდს.
- **ტურისტული ვებსაიტები**.
- **ადგილობრივი ორგანიზაციებისა და ჯგუფების საიტები**.

თუ თქვენ აკეთებთ SEO-ს **ლოკალური სივრცისთვის**, მნიშვნელოვანია გვესმოდეს, სად არის ამ ლოკალური სივრცის საზღვრები და ეს სივრცე თქვენს ახალ სამყაროდ აქციოთ.

ყველაფერი, რასაც აკეთებთ ამ ბიზნესის პოპულარიზაციისთვის, უნდა არსებობდეს თქვენს მიერ დადგენილი რადიუსის ფარგლებში.

თქვენი შეზღუდვების გაგება საშუალებას მოგცემთ იფიქროთ უფრო **შემოქმედებითად** და ეფექტურად იპოვოთ შესაძლებლობები ამ სივრცეში, რაც საბოლოოდ ყველაზე დიდ ღირებულებას მოუტანს იმ ბიზნესის ვებსაიტს, რომელზეც მუშაობთ.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

გახსენით ლინკების ხელსაწყო და დაიწყეთ პოტენციური პარტნიორების მოძიება

რამდენადაც მახსოვს, [Ahrefs](#) და [Majestic](#) სტანდარტად ითვლებოდა ლინკების კვლევისთვის. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ [Semrush](#)-მა დიდი გზა გაიარა თავისი მონაცემთა ბაზის განახლებაში და ახლა აცხადებს, რომ აქვს ყველაზე დიდი ბმულების მონაცემთა ბაზა. ზოგჯერ კარგი იდეაა მრავალი ხელსაწყო გამოყენება!

პოტენციური პარტნიორების სიის შედგენის დასაწყებად, ჯერ უნდა გაიგოთ, სად დგას ბიზნესი თავის სივრცეში და რამდენად კონკურენტუნარიანი იქნება წინსვლა.

დაიწყეთ იმ ტერმინებით, რომლებიც, თქვენი აზრით, ყველაზე დიდ ღირებულებას მოუტანს თქვენს ბიზნესს. შემდეგ ნახეთ, რომელი ბიზნესები არიან ამჟამად SERP-ების პირველ გვერდზე.

შეაგროვეთ ვებსაიტების სია და ნახეთ, რა ლინკები აქვთ მათ წარსულში მოპოვებული.

შეადარეთ მათ შორის არსებული საერთო ლინკები და სხვადასხვა ლინკები, რომლებიც მათ მოიპოვეს.

ესენი არიან **პირდაპირი კონკურენტები**, ამიტომ ლინკების უმეტესობა დაკავშირებული იქნება თქვენს კონკრეტულ ბიზნესთან.

შეადარეთ თქვენს მიერ შეგროვებული სიები იმ საიტის ლინკების პროფილს, რომელზეც ამჟამად მუშაობთ, და ნახეთ, სად გაკლიათ.

თუ თქვენ შეძლებთ ყველა იმ ლინკის მოპოვებას, რაც კონკურენტებმა მოიპოვეს, მაშინ ლინკების თვალსაზრისით უფრო თანაბარ სათამაშო მოედანზე დგახართ.

როგორ მოვიძიოთ მეტი ლინკების შესაძლებლობა

თუ თქვენი ბიზნესი ლინკების თვალსაზრისით კონკურენტებს დაეწია, მაშინ თქვენთვის შემდეგი ბუნებრივი ნაბიჯი კონკურენტებზე მეტი ლინკის მოპოვებაა.

გამოიკვლიეთ სხვა ადგილობრივი ბიზნესები და სად მოიპოვეს მათ პრესის გაშუქება.

ეს დაგეხმარებათ გაიგოთ, თუ როგორ ააშენეს სხვა კომპანიებმა, რომლებიც არ არიან თქვენს ინდუსტრიაში, ლინკები იმავე ადგილობრივ სივრცეში.

როდესაც ჩვენს რეგიონში პოპულარულ ბიზნესებს ვაკვირდებით, შეგვიძლია ადვილად აღმოვაჩინოთ ლინკების მოპოვების შესაძლებლობები. ასე ვიპოვით ადგილობრივ

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

მწერლებს, ბლოგერებს და ვებსაიტებს, რომლებიც მზად არიან (ან უკვე ეხმარებიან) ადგილობრივ ბიზნესებს.

კიდევ ერთი მეთოდი, რომელიც გამოვიყენე, არის წარმატებული და აქტიური ბიზნესების მოძიება, შემდეგ კი მათი ვებსაიტების ლინკების ანალიზის ხელსაწყოში შემოწმება.

გამოიკვლიეთ სხვა ადგილობრივი ბიზნესები და რომელ პრესაში შესძლეს ინფორმაციის გაშუქება.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

სად და როგორ მოვიპოვოთ სწორი შეფასებები თქვენი ბიზნესისთვის

როგორ შეუძლია ლოკალურ შეფასებებს გააუმჯობესოს თქვენი ხილვადობა საძიებო სისტემებში? გაეცანით საუკეთესო ონლაინ შეფასებების საიტებს და ისწავლეთ მათი ეფექტური გამოყენება

მომხმარებელთა შეფასებები და მიმოხილვები თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას ნებისმიერ სარეკლამო ტექსტზე ეფექტურად ყიდის.

სხვა ადამიანების უშუალო აზრებისა და მოსაზრებების წაკითხვა მომხმარებლის მოგზაურობის გადამწყვეტი ნაწილია. მას შეუძლია გადაწყვიტოს, მოიგებთ თუ დაკარგავთ მომხმარებელს კონკურენტთან.

ამ მიზნით, შეფასებების მოპოვება პრიორიტეტად უნდა იქცეს და არა მეორეხარისხოვან ამოცანად.

რამდენად ხშირად ყიდულობთ ძვირადღირებულ ნივთებს ან პროფესიონალურ მომსახურებას შეფასებების წაკითხვის გარეშე?

თუ პასუხია „არასდროს“ ან „იშვიათად“, თქვენ დღევანდელი მომხმარებლების უმრავლესობაში ხართ, რომლებიც შესყიდვის იმავე გზას მიჰყვებიან.

ონლაინ შეფასებები იმდენად მნიშვნელოვანია თქვენი ბიზნესის წარმატებისთვის, რომ ისინი თქვენი [მარკეტინგული სტრატეგიის](#) ძირითადი კომპონენტი უნდა იყოს, საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და რეკლამასთან ერთად.

მაგრამ საიდან უნდა დაიწყოთ, თუ გსურთ სიტუაციის გაკონტროლება და მომხმარებლის ხმის მაქსიმალურად გამოყენება?

მოდით ვისაუბროთ წამყვან სარევიზიო პლატფორმებზე და მათი ეფექტურად გამოყენების საუკეთესო გზებზე.

1. Google Business Profile

[Google Business Profile](#) (GBP), რომელიც ადრე ცნობილი იყო როგორც **Google My Business** (GMB), არის ნებისმიერი ონლაინ სარევიზიო მარკეტინგული სტრატეგიის ამოსავალი წერტილი.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

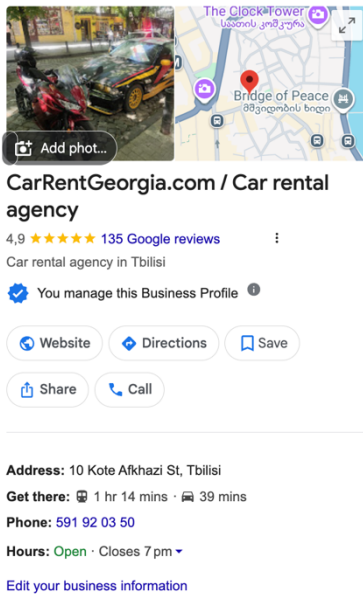
info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თქვენს [Google Business Profile](#)-ზე წარდგენილი შეფასებები განსაზღვრავს თქვენს ვარსკვლავურ რეიტინგს, რომელსაც მომხმარებლები ხედავენ Google Search-სა და Maps-ის შედეგებში.

მომხმარებელთა შეფასებების საერთო რაოდენობა და საერთო ვარსკვლავური რეიტინგი არის ძირითადი ფაქტორი თქვენი Google Business Profile-ის **ლოკალურ პაკეტში** რანჟირებისთვის საძიებო შედეგებში.

ცდებით, თუ ფიქრობთ, რომ ეს თქვენზე არ მოქმედებს, რადგან თქვენი ბიზნესი ონლაინ რეჟიმშია და არა ლოკალური.

ლოკალურ პაკეტში გაზრდილ ხილვადობას შეუძლია გამოიწვიოს ვებსაიტის ტრაფიკის ზრდა.



ერთ კვლევაში, რომელიც 30,000 საიტს მოიცავდა, შეფასებებში ინვესტირებამ ორგანული ტრაფიკი 5,500-დან 8,000-მდე გაზარდა ცხრა თვეში.

მაგრამ იმის ცოდნა, რომ თქვენს Google პროფილს სჭირდება შეფასებები და მათი რეალურად მოპოვება ორი სხვადასხვა რამ არის.

ცხადია, რომ შესანიშნავი პროდუქტი და საუკეთესო მომხმარებლის მომსახურება აქ აუცილებელია.

მომხმარებლის მომსახურებაზე აქცენტი თქვენი კომპანიის კულტურის ნაწილი უნდა იყოს. მომხმარებლები უფრო მეტად ტოვებენ შეფასებას ცუდი გამოცდილების შემდეგ,

ვიდრე კარგი.

მომხმარებლის მომსახურების საფუძვლიანი შემოწმებისა და საუკეთესო პროდუქტის შემუშავების გარდა, არსებობს დამატებითი ნაბიჯები, რომელთა გადადგმაც შეგიძლიათ თქვენი Google Business Profile-დან მაქსიმალური სარგებლის მისაღებად.

Google Business Profile-ის შექმნა და ოპტიმიზაცია

დავიწყოთ აშკარადან: თქვენ უნდა შექმნათ Google Business Profile, ნაცვლად იმისა, რომ მიტოვებული იყოს:

- გადადით <https://www.google.com/business/>-ზე.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- აირჩიეთ ან შექმენით Google ანგარიში, რომლის დაკავშირებაც გასურთ თქვენს ბიზნესთან.
- შეიყვანეთ თქვენი სახელი და მისამართი თქვენი ბიზნესის მოსამდებნად.
- დააჭირეთ შესაბამის ლოკაციას.
- დააჭირეთ „გამომიგზავნე კოდი ფოსტით“. Google-ს სჭირდება თქვენი ბიზნესის ფიზიკური ლოკაციის მფლობელობის დადასტურება. ეს ამის უმარტივესი გზაა.
- დაამატეთ მაღალი ხარისხის ფოტოები თქვენს პროფილს, ხაზს უსვამთ თქვენი ბიზნესისა და პროდუქტების იმ ასპექტებს, რომელთა ეფექტურად კომუნიკაცია ვიზუალური მედიის საშუალებით არის შესაძლებელი.
- განაახლეთ ყველა ველი და აღწერა და მოაწყვეთ თქვენი პროფილი ისეთივე ყურადღებით, როგორც საკუთარ ვებსაიტს.

ახლა თქვენ უნდა წახალისოთ თქვენი მომხმარებლები, რომ დაგიტოვონ შეფასება, და ამის ყველაზე ეფექტური გზაა მათთვის პირდაპირი ბმულის მიწოდება, სადაც მათ შეუძლიათ თქვენი ბიზნესის შეფასება.

აი, როგორ:

- თქვენს კომპიუტერზე შედით Business Profile Manager-ში.
- თუ გაქვთ მრავალი პროფილი, გახსენით ის პროფილი, რომლის მართვაც გასურთ.
- მარცხენა მენიუში დააჭირეთ Home-ს.
- „მიიღეთ მეტი შეფასება“ ბარათში შეგიძლიათ დააკოპიროთ თქვენი მოკლე URL მომხმარებლებთან გასაზიარებლად.

ეს არის ბმული, რომელიც უნდა გაუზიაროთ მომხმარებლებს საერთო ინტერაქციის წერტილებში, რათა წახალისოთ ისინი შეფასების დასატოვებლად, განსაკუთრებით იმ ინტერაქციების დროს, როდესაც გაქვთ საფუძველი იფიქროთ, რომ კმაყოფილი მომხმარებელი გყავთ.

კიდევ რამდენიმე რჩევა Google შეფასებების მისაღებად

- ჩართეთ თქვენი Google Business Profile-ის სარევიზიო ბმული თქვენს ელექტრონული ფოსტის მარკეტინგულ კამპანიებში. გამოიყენეთ თქვენი ელექტრონული ფოსტის ხელმოწერა, რათა სთხოვოთ მომხმარებლებს შეფასებების დატოვება.
- მოახდინეთ თქვენი აუდიტორიის სეგმენტაცია და ეძებეთ კორელაციები რაოდენობრივ ინტერაქციებსა და მომხმარებლის სიცოცხლის ხანგრძლივ ღირებულებას შორის, და მოითხოვეთ შეფასებები თქვენი აუდიტორიის იმ წევრებისგან, რომლებიც ყველაზე მეტად სავარაუდოა, რომ გრძელვადიანი მომხმარებლები იქნებიან.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- ჩართეთ თქვენს ტრენინგში, რათა ასწავლოთ ყველა მომხმარებელთან მომუშავე პერსონალს, რომ სთხოვონ მომხმარებლებს შეფასებები, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მომხმარებლები კმაყოფილნი ჩანან.
- სადაც პირდაპირი ბმულის მიწოდება შეუძლებელია, მოამზადეთ მზა მასალები, რათა ასწავლოთ მომხმარებლებს, როგორ დატოვონ შეფასებები.
- დაწერეთ პირადი ელექტრონული წერილები, რომლებიც ითხოვენ შეფასებებს. პირადი ელექტრონული წერილის კონტექსტმა ნათლად უნდა აჩვენოს, რომ ელექტრონული წერილი მასობრივად არ არის წარმოებული.

2. ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტები

მიუხედავად იმისა, რომ ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტები პირდაპირ არ მოქმედებს თქვენს ვარსკვლავურ რეიტინგებზე Google Maps-სა და Google-ის ლოკალურ ძიების შედეგებში, მათ აქვთ პოტენციალი, გავლენა მოახდინონ თქვენს რეპუტაციაზე საძიებო შედეგებში.

გარდა ამისა, ვარსკვლავური რეიტინგები არალოკალურ შედეგებში ხშირად ხილვადია საძიებო ამონარიდებში (search snippets).

ამასთან ერთად, მომხმარებელთა 79% ამბობს, რომ ისინი ენდობიან ონლაინ შეფასებებს ისევე, როგორც მეგობრებისა თუ ოჯახის წევრების პირადი რეკომენდაციებს.

ყველა თვალსაზრისით, რაც მეტი შეფასებაა ხელმისაწვდომი, მით უკეთესი, სწორედ ამიტომ გასურთ, რაც შეიძლება მეტი შეფასება მოიპოვოთ რაც შეიძლება მეტ ადგილას.

რა თქმა უნდა, ეს იმ შემთხვევაში, თუ თქვენი პროდუქტები და მომხმარებლის მომსახურება აკმაყოფილებს მომხმარებლების მოლოდინებს.

გაბრაზებულ მომხმარებლებს შეუძლიათ სერიოზული ზიანი მიაყენონ თქვენი ბრენდის რეპუტაციას. ამიტომ, მნიშვნელოვანია, წახალისოთ შეფასებები თქვენი მომხმარებელთა ბაზის წარმომადგენლობითი ნიმუშისგან.

ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტები არის საიტები, რომლებიც შექმნილია სხვადასხვა ვერტიკალის მოსამსახურებლად, როგორიცაა Yelp რესტორნებისთვის და TripAdvisor სასტუმროებისთვის.

შეგიძლიათ გამოიყენოთ ზემოთ განხილული რჩევები Google შეფასებების მოსაპოვებლად და უბრალოდ გამოიყენოთ ისინი ამ სხვა პლატფორმებზე.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტების სია შეგიძლიათ იპოვოთ აქ და აქ, მაგრამ ასევე შეგიძლიათ და უნდა მოძებნოთ ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტები Google-ის ძიების შესრულებით:

- [თქვენი ინდუსტრიის სახელი] შეფასებები/რეიტინგები.
- [თქვენი კონკურენტის სახელი] შეფასებები/რეიტინგები.

მიუხედავად იმისა, რომ შეიძლება არსებობდეს ათობით სხვადასხვა სარევიზიო საიტი, უმჯობესია აირჩიოთ ერთი, რომელზეც მიმართავთ თქვენს მომხმარებლებს.

მომხმარებლები საბოლოოდ დატოვებენ შეფასებებს იქ, სადაც მათ სურთ. მაგრამ შეგიძლიათ ეცადოთ, კმაყოფილი მომხმარებლები ერთ ლოკაციაზე მიმართოთ, მაგალითად, იყოთ თანმიმდევრული იმ სარევიზიო ბმულებთან, რომლებსაც მომხმარებლებს ელექტრონული ფოსტით უგზავნი.

თუ გსურთ გაზარდოთ შეფასებების მოცულობა სხვადასხვა სარევიზიო საიტებზე, ეს საუკეთესოდ მიიღწევა თქვენი სარევიზიო ბმულების როტაციით, ვიდრე მომხმარებლებისთვის ზედმეტად ბევრი ვარიანტის შეთავაზებით.

3. პროდუქტის სარევიზიო საიტები

პროდუქტის სარევიზიო საიტები არის მესამე მხარის საიტები, რომლებიც შექმნილია იმისთვის, რომ დაეხმაროს კომპანიებს შეფასებების მოპოვებაში, მათი სიზუსტის შემოწმებისას.

ამ საიტების უპირატესობა ორგანიზაციას:

- მომხმარებლები უფრო მეტად ტოვებენ შეფასებას, რადგან იციან, რომ ის შემოწმდება და გამოქვეყნდება მესამე მხარის მიერ.
- მომხმარებლები შესაძლოა უფრო მეტად ენდობოდნენ ამ შეფასებებს, რადგან იციან, რომ ისინი არ არის მანიპულირებული.

პროდუქტის სარევიზიო საიტებზე დადებითი შეფასებების მოპოვებას შეუძლია **მეტი კონვერსია და დადებითი ბრენდის სენტიმენტი** მოუტანოს, ვიდრე სხვა საიტებზე არსებულ შეფასებებს.

აქედან, Trustpilot ალბათ საწყისი წერტილია – დიდწილად იმიტომ, რომ Google საკმარისად ენდობა მას, რომ მისი პროდუქტის რეიტინგები Google Shopping-ის რეკლამებშიც კი შეიტანოს.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

კიდევ ერთი მიზეზი, რის გამოც Trustpilot არის **დე ფაქტო პროდუქტის სარევიზიო საიტი**, არის ის, რომ შეფასებების შეცვლა შეუძლებელია, რათა ბრენდებს დაუმსახურებელი ქულა მიენიჭოს.

ამიტომ, Trustpilot-ზე არსებული შეფასებები სავარაუდოდ გავლენას მოახდენს როგორც ბრენდის აღქმაზე, ასევე თქვენს რეპუტაციაზე Google-ში.

მესამე მხარის სარევიზიო პლატფორმის ერთ-ერთი ყველაზე სასარგებლო ფუნქციაა შეფასებების უშუალოდ თქვენს საიტზე ჩართვის შესაძლებლობა (აი, როგორ გააკეთოთ ეს კონკრეტულად TrustPilot-ით).

კარგი პროდუქტის სარევიზიო საიტი ასევე მოიცავს **Schema Markup-ს**, რომელიც აუცილებელია თქვენი ვარსკვლავური რეიტინგების Google-ის ძიების შედეგებში მოსახვედრად.

პროდუქტის სარევიზიო საიტების გამოყენება საშუალებას გაძლევთ აიღოთ პასუხისმგებლობა თქვენი ბრენდის ისტორიაზე, ამავდროულად იყოთ საუბრის ნაწილი.

თუ გაწუხებთ ის ფაქტი, რომ მესამე მხარის საიტებზე შეფასებები 100% დადებითი არ იქნება, გაითვალისწინეთ შემდეგი **ონლაინ შეფასებების სტატისტიკა**:

- საშუალოდ, მომხმარებლებს სჭირდებათ, რომ ბიზნესს ჰქონდეს 40 ონლაინ შეფასება, სანამ დაიჯერებენ მის საშუალო ვარსკვლავურ რეიტინგს.
- პროდუქტის შემენის ალბათობა 270%-ით იზრდება, როდესაც მას მინიმუმ ხუთი შეფასება აქვს.
- მყიდველების 43% ამბობს, რომ ტექსტური შეფასებები ყველაზე მეტად მოქმედებს მათ შესყიდვის გადაწყვეტილებებზე, ფოტოებთან (33%) და ვიდეოსთან (24%) შედარებით.
- Google-ზე გამოჩენილ საშუალო ლოკალურ ბიზნესს 39 შეფასება აქვს.
- მყიდველების 82% არ აირჩევს საცალო ვაჭრობას 3 ვარსკვლავზე ნაკლები რეიტინგით.

4. სოციალური მედია

Facebook Business Pages-მა დაადასტურა, რომ ბრენდებმა სოციალური მედია უნდა განიხილონ არა მხოლოდ როგორც მარკეტინგული საშუალება, არამედ როგორც ადგილი, სადაც მომხმარებლები აფასებენ ბიზნესებს.

ყველაფერი, რაც ზემოთ მოცემულ სექციებში განიხილეს, თანაბრად ეხება სოციალურ მედიასაც, ისევე როგორც Google Business Profile-ს, ინდუსტრიული სპეციფიკის მქონე სარევიზიო საიტებსა და პროდუქტის სარევიზიო საიტებს.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუმცა, არის რამდენიმე დამატებითი რამ, რაც გასათვალისწინებელია.

გააზიარეთ მომხმარებელთა შეფასებები

სოციალური მედია არ არის მხოლოდ ადგილი, სადაც შეფასებები მოიპოვება; ეს არის ადგილი, სადაც შეფასებები შეიძლება გაზიარდეს. მთავარია ამის გაკეთება ტაქტიკურად.

როდესაც თქვენ აზიარებთ, აკეთებთ რეკვიტს, აქვეყნებთ და ამაგრებთ მომხმარებლების შეფასებებს, მნიშვნელოვანია ხაზი გაუსვით იმ ინდივიდუალურ ადამიანს, ვინც შეფასებას ტოვებს, ვიდრე საკუთარ ბრენდს.

როდესაც სხვა სოციალური მედიის მომხმარებლებს შეუძლიათ დაინახონ შეფასების უკან მდგომი ადამიანი, ის უფრო მეტად სარწმუნო ხდება.

სოციალური მედია არის ადგილი, სადაც ადამიანები ურთიერთობენ თავიანთ მეგობრებთან და საყვარელ ადამიანებთან, ამიტომ მნიშვნელოვანია პლატფორმის პატივისცემა მისი დანიშნულებისამებრ.

უპასუხეთ ონლაინ შეფასებებს ყველა თქვენს პლატფორმაზე

შეფასებებზე პასუხის გაცემა სხვა მომხმარებლებს აცნობებს, თუ როგორ შეიძლება ელოდონ მათ მოპყრობას თქვენთან ბიზნესის კეთებისას.

უფრო მეტიც, მას „სოციალური“ მედია სწორედ ამიტომ ჰქვია. მომხმარებლები ელიან, რომ თქვენ საუბრის ნაწილი იქნებით.

ეს მოიცავს ნეგატიურ შეფასებებზე პასუხის გაცემასაც.

მსოფლიოს ყველაზე პატივცემული ბრენდებიც კი იღებენ ნეგატიურ შეფასებებს, ამიტომ ნუ იქნებით გულუბრყვილო, იფიქრებთ, რომ არასოდეს მიიღებთ ასეთს.

ამის თქმით, მნიშვნელოვანია იყოთ პროაქტიული ნეგატივზე რეაგირების მყარი სტრატეგიის შემუშავებით.

წინააღმდეგ შემთხვევაში, თქვენ რისკავთ PR კატასტროფის შექმნას ემოციების გამო პასუხის გაცემით.

მოაგვარეთ მომხმარებელთა პრობლემები საჯაროდ სოციალურ მედიაში

თუ მომხმარებელი საჯაროდ წუწუნებს, ნაცვლად იმისა, რომ თავისი შემფოთება პირდაპირ თქვენთან მოიტანოს, მიზანშეწონილია პრობლემების საჯაროდ მოგვარება.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ მომხმარებელს სთხოვთ, დაუკავშირდეს მომხმარებელთა მხარდაჭერას ელექტრონული ფოსტით ან გამოგიგზავნოთ პირადი შეტყობინება, დამკვირვებლებს შესაძლოა აინტერესებთ, რას ცდილობთ დამალოთ.

გაითვალისწინეთ, რომ არსებობს აშკარა საზღვრები, რომლებიც არ უნდა გადაიკვეთოს, მაგალითად, პირადი ინფორმაციის გამჟღავნება, რომელიც მომხმარებელს თავად არ მოუწოდებია.

მაგრამ მომხმარებლის საჭიროებების საჯარო აღიარება კარგი ბიზნეს პრაქტიკაა, ვიდრე იმის თქმა, რომ მათ კიდევ ერთი დაბრკოლება უნდა გადალახონ თქვენთან უფრო პირდაპირი კონტაქტისთვის.

მიუხედავად იმისა, რომ არასდროს უნდა დანებდეთ არაგონივრულ მოთხოვნებს, უნდა აჩვენოთ, თუ როგორ შეიძლება ელოდონ მომხმარებლები თქვენგან მოპყრობას. ონლაინ შეფასებები გადამწყვეტ როლს თამაშობს დღევანდელი მომხმარებლების ნდობის მოპოვებაში და ძლიერი ბრენდის რეპუტაციის დამკვიდრებაში.

არცერთი მარკეტინგული სტრატეგია არ არის სრულყოფილი შეფასებების მოპოვებისა და მათზე რეაგირების გეგმის გარეშე.

მიუხედავად იმისა, რომ ბრენდებს არ შეუძლიათ გააკონტროლონ, რას ამბობენ მომხმარებლები და როგორ ამბობენ ამას – არსებობს გზები, რათა წახალისოთ უფრო მეტი დადებითი, ვიდრე ნეგატიური შეფასება.

კმაყოფილი მომხმარებლებისთვის მოწოდების გაგზავნა არის ერთ-ერთი გზა დადებითი შეფასებების რაოდენობის გასაზრდელად.

თქვენი ბრენდის დადებითი აღქმის შექმნის კიდევ ერთი გზაა ნეგატიურ უკუკავშირზე რეაგირება და საჩივრების ღია მოგვარება.

ეჭვგარეშეა, რომ ეს ქმედებები თქვენგან და თქვენი გუნდისგან დამატებით შრომას მოითხოვს, მაგრამ მათ გრძელვადიანი სარგებელი მოაქვს თქვენი კომპანიისთვის, რაც მოიცავს:

- მომხმარებელთა ნდობის მშენებლობას.
- ბრენდის რეპუტაციის მართვას.
- კონვერსიის მაჩვენებლების გაზრდას.
- ლოკალური ძიების რეიტინგების გაუმჯობესებას.
- ორგანული ძიების ტრაფიკის გენერირებას.
- მომხმარებლების მოპოვებას სოციალურ მედიაში ზეპირი გზით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ახლა, გამოიყენეთ აქ მიღებული ცოდნა ბრენდინგის ხელოვნების დასაუფლებლად და გამოიჩინეთ დღევანდელ ულტრა-კონკურენტულ ბაზარზე.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური SEO ხელსაწყოები: 2026 წლის საუკეთესო სისტემები თქვენი ბიზნესის ხილვადობისთვის

რატომ არის ლოკალური SEO 2026-ში უფრო მნიშვნელოვანი, ვიდრე ოდესმე?

ფიზიკური მაღაზიები, სერვისცენტრები და ოფისები აღარ არიან მხოლოდ ქუჩაში მოსიარულებებისთვის. თანამედროვე მომხმარებლები ჯერ ინტერნეტში ეძებენ ინფორმაციას — და მხოლოდ ამის შემდეგ აკეთებენ არჩევანს. სწორედ ამიტომ, სწორად შერჩეული **ლოკალური SEO ხელსაწყოები** გადამწყვეტ როლს თამაშობენ მომხმარებლების მოზიდვასა და გაყიდვების ზრდაში.

2026 წელს Google-ის ალგორითმები კიდევ უფრო ძლიერი გახდა ადგილობრივი შედეგების ჩვენებაში. კონკურენცია კი უკვე არა მხოლოდ პროდუქტის, არამედ **ონლაინ შეფასებების, ლოკაციის სიზუსტის და რეიტინგების თვალთვალის სისტემების** ირგვლივ მიმდინარეობს.

როგორ დაგეხმარებათ ლოკალური SEO ხელსაწყოები?

- ადგილობრივი საძიებო შედეგებში რანჟირების გაუმჯობესება
- თქვენი ბიზნესის ხილვადობა Google Maps-სა და სხვა რუკებზე
- ონლაინ რეიტინგების მონიტორინგი და მართვა
- სარევიზიო პლატფორმებთან სინქრონიზაცია (მაგ. TripAdvisor, Yelp, Facebook)
- დუბლირებული ინფორმაციის აღმოფხვრა
- ლოკაციის მონაცემების მუდმივი განახლება

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური SEO სტრატეგია საწარმოებისთვის და ფრენჩაიზებისთვის – 2026 წლის გზამკვლევი

რატომ არის ლოკალური SEO სტრატეგია გადამწყვეტი ქართულ ბაზარზე?

2026 წელს, მარკეტინგის მთავარი ზონა არის „ლოკაცია“. Google-ის ძიების 46% დაკავშირებულია კონკრეტულ ადგილთან. ლოკალური ძიება არა მხოლოდ ტურისტულ სექტორში, არამედ ყოველდღიურ შოპინგში, კვებაში, კლინიკებში და მომსახურების სფეროში გახდა გადამწყვეტი.

მაგრამ საწარმოებისთვის, რომლებსაც აქვთ 10+ ლოკაცია ან ფრენჩაიზ სისტემა, ლოკალური SEO ჩვეულებრივზე ბევრად რთულია. ამ სტრატეგიას სჭირდება მკაფიო გეგმა, პასუხისმგებლობების განაწილება და მასშტაბური მართვის სისტემა.

5 ძირითადი პრობლემა, რომელიც ანგრევს ლოკალურ SEO-ს

1. არ არის სტრუქტურირებული გეგმა

ბიზნესები ფიქრობენ, რომ „თუ შევავსე Google-ის პროფილი, მეყოფა“. არ ეყოფა. ლოკალური SEO სტრატეგია უნდა იყოს მდგრადი, მასშტაბური და კოორდინირებული.

2. არარაციონალური ბიუჯეტი

ციფრული დირექტორების გუნდი უარყოფს ინვესტიციას ფოტოების ან ლოკალური კონტენტის ატვირთვაში, როცა იმავე თანხას Google Ads-ზე ხარჯავს – რაც უფრო სწრაფ შედეგს იძლევა, მაგრამ არ ამყარებს მდგრად საძიებო ხილვადობას.

3. პასუხისმგებლობის დიფუზია

ვინ არის პასუხისმგებელი ლოკალურ SEO-ზე? ფრენჩაიზერი? ადგილობრივი მენეჯერი? სათო ოფისი?

თუ ეს მკაფიოდ არ არის გადაწყვეტილი, შედეგი — სრული ქაოსია.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

4. გადაწყვეტილების დაბრკოლებები

საშუალო საწარმოში Google Business Profile-ზე მისამართის შეცვლას შეიძლება 2 თვე დასჭირდეს. ამ დროს ბიზნესი კარგავს ტრაფიკს, შეფასებებს და მობილურ ძიებაში პოზიციებს.

5. უკონტროლო მიმოხილვები

როდესაც არავინ იცის, ვინ უნდა უპასუხოს Google-ზე განთავსებულ უარყოფით შეფასებას, რეპუტაცია იღუპება. და შემდეგ იღუპება ორგანული ტრაფიკიც.

პირველი ნაბიჯი: გააკეთე ის, რასაც სხვები უგულებელყოფენ

წარმატებული ლოკალური SEO სტრატეგია იწყება ორ მარტივ კითხვაზე პასუხის გაცემით:

1. რა არის ჩვენი მიზანი? (მეტრიკები: ფიზიკური ვიზიტები, გამოძახებები, ფორმის შევსებები, ზარები, მიმართულებები, მიმოხილვები)
2. ვინ რაზეა პასუხისმგებელი? (ციფრული გუნდი, PR, ადგილობრივი მენეჯერი, სააგენტო)

თუ ამ ორ საკითხს არ აგვარებ, ვერ დააბალანსებ პლატფორმების ხილვადობას, რეპუტაციას და ტექნიკურ მონაცემებს.

5 ძირითადი მიმართულება წარმატებული ლოკალური SEO-სთვის

1. გვერდზე ლოკალური SEO

საწყისი პრაქტიკა

- ყველა ფილიალის გვერდზე მიუთითე ქალაქი და ლოკაცია <title> ტეგში
- მაღაზიის გვერდები უნდა იყოს ინდექსირებადი
- გამოიყენე Schema Markup ლოკალური ბიზნესის მონაცემებისთვის

კონკურენტული სტრატეგია

- ატვირთე უნიკალური ფოტო/ვიდეო თითოეული ლოკაციიდან
- შექმენი ლოკალური კონტენტის ბლოგპოსტები ან ინტეგრირებული ბლოგები ფილიალის გვერდებზე
- წარმოადგინე თითოეული მენეჯერის სახე ან გუნდის ფოტოები (ადამიანი ზრდის ნდობას)

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

2. Google Business Profile-ის მართვა

საწყისი პრაქტიკა

- დაარეგისტრე ყველა ფილიალი ერთიანი Gmail-ით
- ატვირთე [NAP](#) (სახელი, მისამართი, ტელეფონი) — ზუსტად როგორც ვებგვერდზე
- შეავსე ბიზნესის კატეგორია და ატვირთე ფასადის სურათი

კონკურენტული სტრატეგია

- გამოიყენე ავტომატური სისტემები (მაგ: [Podium](#), [GatherUp](#)) მიმოხილვებისთვის
- ჩართე Google Posts და განაახლე კვირაში ერთხელ
- ატვირთე ადგილობრივი ფოტოები და დაამატე სათაურები საკვანძო სიტყვებით
- გამოიყენე UTM პარამეტრები Google Profile-იდან ტრაფიკის გასაზომად

3. ციტირების მართვა

საწყისი პრაქტიკა

- დაარეგისტრე ბიზნესი ყველა გლობალურ პლატფორმაზე: Google, Facebook, Apple, Bing, Tripadvisor
- აკონტროლე მონაცემები მინიმუმ კვარტალში ერთხელ

კონკურენტული სტრატეგია

- გამოიყენე ისეთი პლატფორმები, როგორიცაა [Uberall](#) ან [Chatmeter](#) — რომლებსაც აქვთ საქართველოს მხარდაჭრა
- გაწერე ცალკე რეესტრი სად ხარ დაარეგისტრირებული და რა განსხვავებულია მონაცემები
- შექმენი ციტირებები ინდუსტრიული და ლოკალური პლატფორმებისთვის (მაგ. ტურისტული დირექტორიები, სავაჭრო პალატა)

4. ლოკალური ბმულების შექმნა

საწყისი პრაქტიკა

- დააყენე ერთი ძლიერი ბმული ოფიციალური ქალაქის კატალოგიდან

კონკურენტული სტრატეგია

- შექმენი საზოგადოებრივი ღონისძიებები და მოითხოვე ლინკი

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- ჩართე ადგილობრივი მედიები ინტერვიუში და მიუთითე კონკრეტული ფილიალის გვერდი
- გაააქტიურე თანამშრომლების ლოკალური ქსელები (პერსონალური ბლოგები, საგანმანათლებლო კონტენტი, თანამშრომლობითი პროექტები)

5. მომხმარებელთა მიმოხილვები

საწყისი პრაქტიკა

- არ უგულებელყო არც ერთი შეფასება
- უპასუხე უარყოფითსაც და დადებითსაც

კონკურენტული სტრატეგია

- შექმენი სისტემა, რომელიც ავტომატურად სთხოვს შეფასებას ყოველი მომსახურების შემდეგ
- გააანალიზე მიმოხილვების ტონი და სიხშირე ლოკაციების მიხედვით
- ბენჩმარკინგი: რამდენი ახალი მიმოხილვაა თვეში? რა საშუალო შეფასებაა?

დასკვნა: გამარჯვებული ხდება ის, ვინც მექანიზმებს მარტივად აკეთებს

შენს მომხმარებელს არ აინტერესებს შენი სისტემური პრობლემები. მას აინტერესებს:

- დარეკვისას პასუხობენ თუ არა
- სწორი გრაფიკია თუ არა მითითებული
- აქვს თუ არა ბიზნესს რეიტინგი და რეალური მიმოხილვები
- არის თუ არა ამ ბიზნესს ლოკალურად ავტორიტეტი

ლოკალური SEO სტრატეგია = მომხმარებლის ნდობის მექანიზმი.

თუ სისტემა მუშაობს – შენ აღარ ეძებ მომხმარებელს. ის გეძებს შენ.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ლოკალური SEO კონტენტის 9 ეფექტური ტიპი

გამოიყენეთ ეს გზამკვლევი თქვენი Google Business Profile-ის შესაქმნელად და ოპტიმიზაციისთვის, რათა გაზარდოთ ხილვადობა მიმდებარე ტერიტორიაზე, მოტივირებული მომხმარებლების შესაბამის საძიებო მოთხოვნებზე.

Google Business Profile (GBP) არის Google-ის უფასო სერვისი, რომელიც ბიზნესის მფლობელებს ეხმარება მართონ თავიანთი "ყოფნა" საძიებო სისტემასა და მის მზარდ პლატფორმებზე, მათ შორის Google Maps-ზე.

გამოცდილი SEO პროფესიონალები Google Business Profile-ს ლოკაციაზე დაფუძნებული სტრატეგიის განსახორციელებლად იყენებენ.

Google Business Profile-ის შექმნა ლოკალური ძიების წარმატების პირველი ნაბიჯია. ამას აქვს თავისი საფუძველი: GBP უდიდეს გავლენას ახდენს ბრენდებისთვის, რომლებიც ლოკალურ ხილვადობას ესწრაფვიან.

Google-ის ლოკალური ძიების ფუნქცია ხაზს უსვამს GBP-ის საჭიროებას როგორც ახალი, ისე უკვე ჩამოყალიბებული ბიზნესებისთვის.

Google Business Profile: საფუძვლები

GBP გთავაზობთ ახლომდებარე ბიზნესების ჩამონათვალს და უამრავ ინფორმაციას, რომელიც საჭიროა კონკრეტული ბიზნესის მოსაძებნად, როგორიცაა:

- ბიზნესის მისამართი
- სამუშაო საათები
- შეფასებები (Reviews)

ის ეხმარება Google-ის მონაცემთა ბაზას ბიზნესებისა და დაკავშირებული სუბიექტების შესახებ დეტალების გენერირებაში, რომლებიც შესაბამისია კონკრეტული ძიებებისთვის.

პროფილის შექმნის შემდეგ, იქმნება Google Maps-ის ლოკაცია, რომელიც სინქრონიზდება ტრადიციულ Google Search-თან მარტივი წვდომისა და ძებნადობისთვის.

ეს ყველაფერი გამყარებულია იმ ფაქტით, რომ ორგანული ძიებების აბსოლუტური უმრავლესობა (მსოფლიო საძიებო სისტემების ბაზრის დაახლოებით 90%) Google-ზე მოდის. ეს ნათლად აჩვენებს GBP-ისა და ეფექტური ლოკალური SEO-ს ღირებულებას.

გამოიყენეთ ეს გზამკვლევი, რათა დარწმუნდეთ, რომ სწორად შეავსეთ თქვენი Google Business Profile და ოპტიმიზაცია გაუკეთეთ ამ ხელსაწყოს ყველა შესაძლო ასპექტს. ეს ასევე

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

მაქსიმალურ ბერკეტს მისცემს თქვენს ბიზნესს Google-ზე და მესამე მხარის პლატფორმებზე, რომლებიც Google Maps API-ს იყენებენ მომხმარებლებისთვის ლოკაციის ინფორმაციის გენერირებისთვის.

თუ ციფრული მარკეტინგი თქვენთვის და თქვენი ბიზნესისთვის შედარებით ახალი მიმართულებაა, არსებობს რამდენიმე ძირითადი რამ, რაც უნდა იცოდეთ. მნიშვნელოვანია Google Business Profile-ის გაგება და მისი შეთავაზებული ღირებულების აღქმა.

პირველ რიგში: დიახ, Google Business Profile-ის გამოყენება უფასოა.

და არა, GBP არ ცვლის თქვენი ბიზნესის ვებგვერდს.

Google Business Profile ავსებს ბრენდის უკვე არსებულ ვებგვერდ(ებ)ს, აძლევს მას საჯარო იდენტობას და ყოფნას Google-ზე პროფილის საშუალებით.

ბიზნესის შესახებ Google Business Profile-ის მეშვეობით მოწოდებული ინფორმაცია შეიძლება გამოჩნდეს Google Search-ში და Google Maps-ში. ნებისმიერი მესამე მხარის პლატფორმა, რომელიც Google Maps API-ს იყენებს, ასევე აჩვენებს Google Business Profile-ს, მიუხედავად იმისა, თუ რა ტიპის მოწყობილობას იყენებენ ძიებისთვის.

თუ ადრე იყენებდით Google-ის გარკვეულ ინსტრუმენტებს თქვენი ბიზნესის შესავსებად (მაგალითად, Google+), ან თქვენი ბიზნესი უკვე დიდი ხანია ფუნქციონირებს, სავარაუდოდ, თქვენი ბიზნესი უკვე ჩამოთვლილია Google Business Profile-ში.

ადრე Google My Business, Google Places for Business და Google+ Pages Dashboard იყო თქვენი ბიზნესის ინფორმაციის მართვის საუკეთესო გზები. ესენი ავტომატურად განახლდა Google-ის უნივერსალურ პლატფორმაზე – Google Business Profile-ზე.

Google Business Profile-ის შექმნა

Google Business Profile-ის შექმნისა და გაშვების პირველი ნაბიჯი არის Google-ის ძიების ჩატარება, რათა დარწმუნდეთ, რომ თქვენს ბიზნესს უკვე არ აქვს პროფილი. ასევე შეგიძლიათ გამოიყენოთ Google-ის შიდა ძიების ფუნქცია, რათა იპოვოთ თქვენი ბიზნესი GBP-ზე.

თუ თქვენი ბიზნესი დიდი ხანია არსებობს (რამდენიმე წელი ან მეტი), სავარაუდოდ მას უკვე აქვს GBP და თქვენ უბრალოდ უნდა მოითხოვოთ მისი მფლობელობა (claim). მფლობელობის წარმატებით მოთხოვნის შემდეგ, შეგიძლიათ მართოთ ინფორმაცია ისე, თითქოს GBP თავად შექმენით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ თქვენი ბიზნესისთვის პროფილი უკვე არსებობს, სისტემა გაგაფრთხილებთ. ასევე შესაძლოა შეგატყობინოთ, რომ ვიდაცამ უკვე მოითხოვა თქვენი ბიზნესის მფლობელობა. თუ ეს მოხდა, მიჰყევით ამ ნაბიჯებს.

თუ თქვენი ბიზნესის პროფილი ჯერ არ არის შექმნილი, შეგიძლიათ საკმაოდ სწრაფად დააყენოთ. ვერიფიკაციას ცოტა მეტი დრო სჭირდება, მაგრამ, როგორც წესი, ერთ კვირაში სრულდება.

საწყისი ინფორმაციის შეყვანა

დაიწყეთ ბიზნესის ოფიციალური სახელით, სანამ უფრო მნიშვნელოვან ინფორმაციას შეიყვანთ. შემდეგ შეიყვანეთ თქვენი ძირითადი ბიზნეს კატეგორია. მოგვიანებით შეგიძლიათ შეცვალოთ და დაამატოთ ეს, მაგრამ ეს თქვენი ბრენდის გვერდის შევსების (და ოპტიმიზაციის) კრიტიკული ნაწილია.

დარწმუნდით, რომ იპოვნეთ თქვენი ბიზნესისთვის საუკეთესო შესაბამისი კატეგორია. არსებობს მრავალი ვარიანტი ასარჩევად, მაგრამ უნდა არსებობდეს მინიმუმ ერთი, რომელიც საუკეთესოდ და ყველაზე ზუსტად აჯამებს თქვენს ბიზნესს.

შემდეგ გკითხავენ, გსურთ თუ არა "დაამატოთ ლოკაცია, რომელსაც მომხმარებლები ეწვევიან, როგორიცაა მაღაზია ან ოფისი?" ეს ღირებული ინფორმაციაა, რადგან ბევრი ბიზნესი ფუნქციონირებს, როგორც სერვისის ზონის ბიზნესი და არ საჭიროებს/უშვებს მომხმარებლებს ფიზიკურ ლოკაციაზე.

ასეთ შემთხვევებში, ბიზნესის კონკრეტული ლოკაცია არ გამოჩნდება Google Maps-ზე. თუმცა, ბიზნესი მაინც გამოჩნდება შესაბამის ძიებებში თავის მომსახურების არეალში.

იმ ბიზნესებისთვის, რომლებიც კონკრეტულ მომსახურების არეალში მუშაობენ და არ სურთ, რომ ფაქტობრივი ფიზიკური ლოკაცია გამოჩნდეს Maps-ზე, აირჩიეთ მომსახურების არეალი(ები), რომელიც ეხება ბიზნესს.

შემდეგ შეგიძლიათ დაამატოთ ბიზნესის საკონტაქტო ინფორმაცია, მათ შორის საკონტაქტო ტელეფონის ნომერი და ვებსაიტის მიმდინარე URL.

იმ ბიზნესებისთვის, რომლებსაც აქვთ ფიზიკური ლოკაცია, სადაც ადამიანებს შეუძლიათ მისვლა სამუშაო საათებში, შემდეგი ნაბიჯი არის ბიზნესის მისამართის დამატება.

მისამართის დაყენების შემდეგ, Google Business Profile გკითხავთ, "ემსახურებით თუ არა მომხმარებლებს ამ ლოკაციის გარეთაც?" ეს საშუალებას გაძლევთ დააყენოთ, თუ სად/რამდენად შორს არის მზად ბიზნესი ფიზიკურად წავიდეს საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისთვის.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

თუ პასუხი დადებითია, შეძლებთ გაიაროთ იგივე სერვისის ზონის ბიზნესის დეტალების დაყენების პროცესი. მომსახურების არეალის დეტალების დამატება ან შეცვლა ნებისმიერ დროს შეგიძლიათ.

თუ მომხმარებლებს არ ემსახურებით ფიზიკური ლოკაციის გარეთ, აირჩიეთ „არა“, შემდეგ შეიყვანეთ საკონტაქტო დეტალები შემდეგ მოთხოვნაში. ამის შემდეგ, შეგიძლიათ დააჭიროთ „შემდეგი“ პროფილის ვერიფიკაციისთვის.

Google Business Profile-ის ვერიფიკაცია

თქვენ უნდა დაადასტუროთ თქვენი Google Business Profile. ეს ხდება საფოსტო ბარათით, რომელსაც ფოსტით მიიღებთ და ამას შეიძლება ხუთ სამუშაო დღემდე დასჭირდეს. ეს უმტკიცებს Google-ს, რომ თქვენ შეგიძლიათ მართოთ და, ფაქტობრივად, წარმოადგენთ იმ ბიზნესს, რომელსაც აცხადებთ.

თქვენი ბიზნესის ვერიფიკაცია გადამწყვეტია პროფილის ხილვადობისა და შესრულებისთვის. მნიშვნელოვანია იცოდეთ, რომ Google არ აჩვენებს თქვენს ბიზნესს ან მის რედაქტირებულ ინფორმაციას, სანამ ბიზნესი არ დადასტურდება. ვერიფიკაციის გარეშე, თქვენ ვერ შეძლებთ გვერდის სტატისტიკაზე/ანალიტიკურ ინფორმაციაზე ან ბიზნესის შეფასებებზე წვდომას.

ვერიფიკაციას, როგორც წესი, ერთ კვირაზე ნაკლები დრო სჭირდება. Google გამოგიგზავნით ვერიფიკაციის კოდის შემცველ საფოსტო ბარათს, რომელსაც გამოიყენებთ თქვენი პროფილის დასადასტურებლად, და თქვენი ბიზნესი ოფიციალურად გააქტიურდება.

ვერიფიკაციის მეთოდის დადასტურების შემდეგ, შეგიძლიათ დაამატოთ დამატებითი დეტალები თქვენი ბიზნესის შესახებ, მათ შორის სამუშაო საათები, ბიზნეს შეტყობინებების ოპციები, ბიზნესის აღწერა და ფოტოები.

Google Business Profile-ის გამოქვეყნება

ამ პროცესის დასრულების შემდეგ, გადახვალთ Google Business Profile Manager-ზე, სადაც შეგიძლიათ მართოთ თქვენი ბიზნეს პროფილი და შეცვალოთ დეტალები.

აქ მოცემულია რამდენიმე ძირითადი, მაგრამ გადამწყვეტი რჩევა თქვენი პროფილის ოპტიმიზაციისთვის:

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

1. შეავსეთ პროფილის ყველა მონაცემი

ლოკალური ძიების შედეგები უპირატესობას ანიჭებს ძიებებისთვის ყველაზე შესაბამის შედეგებს. ბიზნესები, რომლებიც ყველაზე დეტალურ და ზუსტ ინფორმაციას გვთავაზობენ, უფრო ადვილად გამოჩნდებიან ძიებაში.

არ დატოვოთ არაფერი გამოსაცნობად ან დასაშვებად. დარწმუნდით, რომ თქვენი პროფილი ნათლად აკომუნიკებს, რას აკეთებს თქვენი ბიზნესი, სად მდებარეობს და როგორ შეუძლიათ მომხმარებლებს მიიღონ თქვენი პროდუქტები და/ან მომსახურებები.

2. ჩართეთ საკვანძო სიტყვები (Keywords)

ისევე როგორც ტრადიციული ვებსაიტის SEO-ს შემთხვევაში, Google ძიების შედეგების მოსამსახურებლად იყენებს სხვადასხვა სიგნალებს. მნიშვნელოვანი საკვანძო სიტყვებისა და საძიებო ფრაზების ჩართვა თქვენს ბიზნეს პროფილში წარმოუდგენლად სასარგებლო იქნება, მით უმეტეს, რომ თქვენი ბიზნესის ვებსაიტი პირდაპირ არის ჩამოთვლილი თქვენს GBP-ში.

გამოიყენეთ ისინი ბიზნესის აღწერაში და ყოველ ჯერზე, როდესაც Local Post-ს გამოაქვეყნებთ თქვენი აუდიტორიისთვის.

3. შეინარჩუნეთ ბიზნესის ზუსტი სამუშაო საათები

მნიშვნელოვანია თქვენი ბიზნესის სამუშაო საათების მითითება, მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანია მათი განახლება ნებისმიერი ცვლილებისას. Google გვთავაზობს დღესასწაულებისა და სხვა სპეციალური ღონისძიებებისთვის საათების მორგების შესაძლებლობას. ისინი ყოველთვის უნდა განახლდეს, რათა თქვენი საიტი ზუსტი იყოს და მომხმარებლები კმაყოფილი.

COVID-19-ის ეპოქაში, GBP კიდევ უფრო მეტ მოქნილობას გვთავაზობს საათებთან და პოტენციური მომხმარებლებისთვის შეტყობინებებთან დაკავშირებით.

შენიშვნა: დამატებითი საათები არ გამოჩნდება თქვენი ბიზნესისთვის, სანამ რეგულარული საათები არ იქნება დაყენებული.

4. დაამატეთ ფოტოები

ფოტოები ბიზნეს პროფილების ეფექტურობას ბევრად მეტად აუმჯობესებს, ვიდრე ბიზნესის მფლობელებსა და მარკეტერებს წარმოუდგენიათ. Google-ის მონაცემებით, ბიზნესები, რომლებსაც ფოტოები აქვთ თავიანთ პროფილებზე, 42%-ით მეტ მოთხოვნას

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

იღებენ მიმართულებების შესახებ Google Maps-ზე და 35%-ით მეტ დაწკაპუნებას თავიანთ ვებსაიტებზე, ვიდრე ფოტოების გარეშე ბიზნესები.

მეტი რჩევისთვის GBP ფოტოებთან დაკავშირებით, იხილეთ ქვემოთ.

5. მართეთ და უპასუხეთ მომხმარებელთა შეფასებებს

მომხმარებლებთან ურთიერთობა მათ შეფასებებზე პასუხის გაცემით გვიჩვენებს, რომ თქვენი ბიზნესი აფასებს თავის მომხმარებლებს და მათ მიერ დატოვებულ უკუკავშირს. დადებით შეფასებებს დადებითი გავლენა ექნება პოტენციურ მომხმარებლებზე თქვენი ბიზნესის კვლევისას. ისინი ასევე ზრდის თქვენი ბიზნესის ხილვადობას ძიების შედეგებში.

წახალისეთ მომხმარებლები, რომ დატოვონ უკუკავშირი იმ ბმულის შექმნით, რომელზეც დაწკაპუნებით მათ შეეძლება შეფასებების დაწერა თქვენი ბიზნესისთვის.

6. მიეცით მომხმარებლებს შეტყობინებების გაგზავნის საშუალება

ეს შეიძლება ზოგჯერ მოუხერხებელი იყოს, მაგრამ მომხმარებლებისგან შეტყობინებების მიღება და მათზე პასუხის გაცემა მხოლოდ Google Business Profile აპლიკაციის საშუალებით არის შესაძლებელი. ამისათვის აპლიკაციის მეშვეობით შეეხეთ Customers-ს, შემდეგ Messages-ს, შემდეგ Turn on-ს.

ჩართვის შემდეგ, მომხმარებლებს შეეძლება შეტყობინებების გაგზავნა ბიზნესებისთვის მათი Business Profile-ის მეშვეობით, გამოჩენილი "Message" ლილაკით. შეტყობინებებს შეიძლება ჰქონდეს მორგებული ავტომატური პასუხები, რათა მიესაღმოს მომხმარებლებს შემომავალი შეტყობინებებისთვის. ეს ხელს უწყობს ბიზნესის რეაგირებასა და ხილვადობას, რადგან რეაგირების დრო ასე არ დაზარალდება.

GBP-ის მეშვეობით მაქსიმალური ეფექტურობისა და ხილვადობისთვის, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია შეტყობინებებზე პასუხის გაცემის დრო 24 საათზე ნაკლები იყოს. თუმცა, ცხადია, რაც უფრო სწრაფია, მით უკეთესი. მომხმარებლებს არ სურთ პასუხების ლოდინი და ხშირად სწრაფი პასუხი განაპირობებს იმას, გახდება თუ არა მომხმარებელი.

7. გამოიყენეთ ლოკალური პოსტები (Local Posts)

შეგიძლიათ გამოაქვეყნოთ შეთავაზებები, ღონისძიებები, პროდუქტები და მომსახურებები პირდაპირ Google Search-სა და Maps-ზე Google Business Profile-ზე პოსტების მეშვეობით. პოსტები საშუალებას გაძლევთ ჩაერთოთ თქვენს აუდიტორიასთან და შეინარჩუნოთ თქვენი ყოფნა Google-ზე აქტუალურად. მათი გაგზავნა შესაძლებელია ნებისმიერი მოწყობილობიდან – ტელეფონიდან, პლანშეტიდან ან კომპიუტერიდან.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ბიზნესებს ასევე შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ თავიანთი Knowledge Panel-ის გაფართოებაზე, თავიანთი ბიზნესისა და მისი წარმომადგენლების შესახებ პირდაპირი უკუკავშირით.

Google-ის მიერ მოწოდებული რჩევები Local Posts-ის მაქსიმალური გამოყენებისთვის: დარწმუნდით, რომ თითოეული პოსტი მაღალი ხარისხისაა – გრამატიკული შეცდომების, გაუმართავი სიმბოლოების, უაზრო ან უსარგებლო ინფორმაციის გარეშე. ისინი უნდა იყოს პატივისცემითი და არა შეურაცხყოფელი.

საუკეთესო პოსტები მოიცავს ვიზუალურ მასალას და ბმულებს, მაგრამ ბმულები ყოველთვის უნდა იყოს სანდო საიტებზე. დაუშვებელია ბმულები, რომლებიც მივყავართ მავნე პროგრამებთან, ვირუსებთან, ფიშინგთან ან პორნოგრაფიულ მასალასთან.

რეგულირებულ საქონელსა და მომსახურებებზე მომუშავე ბიზნესებს უფლება აქვთ გამოიყენონ პოსტები, მაგრამ არ შეუძლიათ გამოაქვეყნონ კონტენტი, რომელიც დაკავშირებულია თავად პროდუქტებთან. ეს ინდუსტრიები, როგორც წესი, მოიცავს:

- ზრდასრულთა მომსახურებები
- ალკოჰოლი და თამბაქო
- ფარმაცევტული პროდუქტები და რეკრეაციული ნარკოტიკები
- ჯანმრთელობა და სამედიცინო მოწყობილობები
- აზარტულ თამაშებთან დაკავშირებული მომსახურებები
- ფეიერვერკები
- იარაღი
- ფინანსური მომსახურებები

ეს პოსტები შეიძლება და გამოჩნდეს Google-ში, ამიტომ ისინი უნდა იყოს შესაბამისი და უვნებელი.

8. დარჩით დაკავშირებული COVID-19-ის დროს

ბოლო წლებმა უამრავი სიურპრიზი მოგვითანა. ყველაზე დიდი იყო COVID-19 და ის არეულობა, რომელიც მან გამოიწვია (და კვლავაც იწვევს). თუ მაღაზიები ჩვეულებრივზე განსხვავებულად მუშაობენ COVID-19-ის შეზღუდვების, მითითებების ან უსაფრთხოების წესების გამო, ბიზნესებს შეუძლიათ განაახლონ თავიანთი პროფილები GBP-ზე, რათა მიაწოდონ ყველაზე ზუსტი ინფორმაცია მომხმარებლებს.

ახლად დამატებული ფუნქციები აადვილებს კომუნიკაციას არსებულ და პოტენციურ მომხმარებლებთან პანდემიის დროს. სამუშაო საათებისა და ლოკალური პოსტების მორგების გარდა, ბიზნესს შეუძლია:

- მაღაზია დროებით დახურულად მონიშვნა.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- მიტანის ვარიანტების მართვა.
- ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების ატრიბუტების დამატება.

9. გამოიყენეთ სპეციალური ატრიბუტები

GBP-ის უახლესი ფუნქციები საშუალებას აძლევს ქალთა მფლობელობაში მყოფ და შავკანიანი მფლობელობაში მყოფ ბიზნესებს, რომლებსაც ფლობენ შავკანიანები, გამოჩნდნენ თავიანთ პროფილზე. ისინი ასევე იძლევა სხვა ფუნქციებს, როგორიცაა გარე ტერასა და ა.შ.

თუ ბიზნესი ჯანდაცვასთან არის დაკავშირებული, დამატებითი ატრიბუტები შეიძლება ხელმისაწვდომი იყოს, მათ შორის:

- მომხმარებლების ინფორმირება, გვთავაზობს თუ არა თქვენი ბიზნესი ონლაინ მომსახურებას.
- მომხმარებლებისთვის ონლაინ მომსახურების დაგეგმვისა და მიღების პირდაპირი მეთოდის მიწოდება.
- თქვენი სქესის ინფორმაციის რედაქტირება.

თქვენი ჩამონათვალისთვის ხელმისაწვდომი ატრიბუტები დამოკიდებულია მის ძირითად კატეგორიაზე. შეიტყვეთ მეტი ატრიბუტების შესახებ აქ.

10. გამოიყენეთ პროდუქტის კატალოგი

მერჩანტებისთვის, რომლებსაც აქვთ პროდუქტები გამოსაფენად, GBP-ის პროდუქტის რედაქტორი სწორედ ამის საშუალებას აძლევს. ბიზნესის უმეტესობა უფლებამოსილია წარმოაჩინოს პროდუქტები, თუ ისინი მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესებია; და რამდენიმე ბიზნეს ვერტიკალი.

უფრო დიდ ბიზნესებს პროდუქტების წარმოსაჩენად Local Inventory Ads უნდა გამოიყენონ.

პროდუქტების შესახებ ინფორმაციის, მათ შორის ფასების, დეტალების და ფოტოების შეთავაზება მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს უკეთ გააცნობიერონ შეთავაზებული პროდუქტები და მეტი იურთიერთონ ბიზნესებთან. ეს პროდუქტის დეტალები ასევე საშუალებას აძლევს Google-ს უკეთ გაიგოს ბიზნესი.

ფოტოები და ვიდეოები თქვენი Google Business Profile-ისთვის

GBP-ისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ვიზუალური ელემენტი, რა თქმა უნდა, ლოგოა. სავარაუდოდ, არ იქნება ისეთი გამოსახულება, რომელსაც უფრო მეტი ხილვადობა ან გავლენა ექნება. Google რეკომენდაციას აძლევს ბიზნესებს, გამოიყენონ თავიანთი ლოგო,

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

რათა მომხმარებლებმა თქვენი ბიზნესი კვადრატული ზომის გამოსახულებით იდენტიფიცირონ.

სხვა ტიპის ციფრული აქტივები, რომლებიც უნდა დაემატოს თქვენს GBP-ს, არის:

ქვერ ფოტო (Cover Photo)

თქვენი ქვერ ფოტო უნდა აჩვენებდეს თქვენი ბრენდის გვერდის პიროვნებას. ქვერ ფოტო არის დიდი ფოტო, რომელიც გამოსახულია ბრენდის ბიზნეს პროფილის თავზე, ის ყოველთვის მოიჭრება 16:9 ასპექტის თანაფარდობის შესაბამისად.

ინტერიერის ფოტოები

ეს ეხმარება მომხმარებლებს უკეთ გაიგონ მაღაზიაში არსებული გამოცდილება ბიზნესში. ის საშუალებას აძლევს ბიზნეს ოპერატორებს გააზიარონ ბიზნესის ინტერიერის იერსახე და შეგრძნება, ამიტომ დატოვეთ კარგი შთაბეჭდილება! ის ასევე საშუალებას აძლევს პოტენციურ მომხმარებლებს ვიზუალური წარმოდგენა შექმნან მაღაზიის, მისი განლაგებისა და ნებისმიერი პოტენციური შეზღუდვის შესახებ.

ვიდეო

ვიდეოები ვებ-გვერდზე ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული მედია ფორმაა. ეს იმიტომ ხდება, რომ ისინი უკიდურესად ეფექტურია ამბის მოსაყოლად და/ან ისეთი რამის ასახსნელად, რისი ახსნაც სხვაგვარად პოტენციურად რთული იქნებოდა.

დამატებითი ფოტოები

ფოტოების სხვა სახეობები გამოიყენება თქვენი ბიზნესის იმ მახასიათებლების ხაზგასასმელად, რომლებსაც მომხმარებლები შესყიდვის გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებენ. ეს ფოტოები განსხვავდება ზემოთ ნახსენები მდიდარი მედიისგან და დამოკიდებულია თქვენ მიერ მართული ბიზნესის ტიპზე.

ეს ფოტოები შეიძლება მოიცავდეს სხვა ზოგად ფოტოებს, რომლებიც აჯამებს ბიზნესს და რისი გაკეთება შეუძლია მას თავისი მომხმარებლებისთვის. ეს შეიძლება იყოს:

- პროდუქტები და/ან მომსახურებები, რომლებსაც თქვენი ბიზნესი გვთავაზობს.
- ბიზნესის თანამშრომლები, რომლებიც მუშაობენ და/ან ეხმარებიან მომხმარებლებს.
- ბიზნესის ექსტერიერი და ხელმისაწვდომი პარკინგი.

ყველა ფოტო უნდა შეესაბამებოდეს Google-ის საუკეთესო პრაქტიკას:

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google ADs

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

- **ფორმატი:** JPG ან PNG
- **ზომა:** 10 KB-დან 5 MB-მდე
- **მინიმალური გარჩევადობა:** 720 px სიმაღლე, 720 px სიგანე
- **ხარისხი:** ფოტო უნდა იყოს ფოკუსირებული და კარგად განათებული, ყოველგვარი ცვლილებების ან ფილტრების გადაჭარბებული გამოყენების გარეშე. გამოსახულება უნდა ასახავდეს რეალობას.

Google ასევე გვთავაზობს ვირტუალური ტურის შესაძლებლობას, რაც კიდევ უფრო გაზრდის ბრენდის პროფილის ხილვადობას. მას ასევე შეუძლია ტრაფიკის მოზიდვა ბიზნესში 360-გრადუსიანი ინტერაქტიული გამოცდილებით.

Google Business Profile Insights-ის მონიტორინგი

ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში, Google-მა უზარმაზარი პროგრესი მიაღწია Google Business Profile-ისთვის ხელმისაწვდომ ანალიტიკურ მონაცემებში. ახლა უკვე Insights-ის სახელწოდებით, Google ბიზნესებს სთავაზობს განსხვავებულ გზას იმის გასაგებად, თუ როგორ ურთიერთობენ მომხმარებლები ბიზნეს პროფილებთან, მათ შორის:

- როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს.
- სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე.
- მომხმარებლის ქმედებები.
- მიმართულებების მოთხოვნები.
- სატელეფონო ზარები.

როგორ პოულობენ მომხმარებლები თქვენს პროფილს

Insights-ის ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ როგორ გიპოვეს მომხმარებლებმა "პირდაპირი" ძიებით (მათ მოძებნეს თქვენი ბიზნესის სახელი ან მისამართი) "აღმოჩენის" ძიების წინააღმდეგ (მათ მოძებნეს კატეგორია, პროდუქტი ან მომსახურება, რომელსაც თქვენ სთავაზობთ, და გამოჩნდა თქვენი პროფილი).

ამ სექციებს აქვს შემდეგი ეტიკეტები Insights-ის ნაყარ ანგარიშებში:

- სულ ძიებები
- პირდაპირი ძიებები
- აღმოჩენის ძიებები

სად პოულობენ მომხმარებლები თქვენ Google-ზე

ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ რამდენი მომხმარებელმა გიპოვათ Google Search-ის ან Google Maps-ის მეშვეობით. ძიების ჩამონათვალისა და Maps-ის ჩამონათვალის გარდა, თქვენ

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

ნახავთ თქვენი პროფილის ნახვების რაოდენობას, რომელიც თითოეულმა პროდუქტმა მიიღო თქვენს მიერ არჩეულ დროის მონაკვეთში.

Google-ის მიხედვით, "ნახვები" სხვა ანალიტიკურ პლატფორმებზე "impressions"-ის მსგავსია. იმის სანახავად, თუ რამდენი ადამიანი გიპოვავთ კონკრეტულ პროდუქტზე კონკრეტულ დღეს, მოათავსეთ კურსორი გრაფიკის შესაბამის სეგმენტზე იმ დღეს, რომელიც გაინტერესებთ.

ამ სექციებს აქვს შემდეგი ეტიკეტები Insights-ის ნაყარ ანგარიშებში:

- სულ ნახვები
- ძიების ნახვები
- Maps-ის ნახვები

მომხმარებლის ქმედებები

ეს სექცია გვიჩვენებს, თუ რა გააკეთეს მომხმარებლებმა, მას შემდეგ რაც იპოვეს თქვენი პროფილი Google-ზე. "სულ ქმედებები" იძლევა მომხმარებლების მიერ თქვენს პროფილზე განხორციელებული შემდეგი ტიპის ქმედებების ჯამს:

- ეწვივნენ თქვენს ვებსაიტს.
- მოითხოვეს მიმართულებები.
- დაგირეკეს.
- ნახეს ფოტოები.

ამ ანგარიშების სექციაში შემდეგი ეტიკეტები ხელმისაწვდომია, როგორც ანგარიშები:

- სულ ქმედებები
- ვებსაიტის ქმედებები
- მიმართულებების ქმედებები
- სატელეფონო ზარების ქმედებები

მიმართულებების მოთხოვნები

Insights-ის ეს ნაწილი იყენებს რუკას იმის საჩვენებლად, თუ საიდან ითხოვენ ადამიანები თქვენი ბიზნესისკენ მიმართულებებს. თქვენი ბიზნესის ლოკაცია იდენტიფიცირებულია რუკაზე და ნაჩვენებია ზოგიერთი ყველაზე გავრცელებული ადგილი, საიდანაც ადამიანები ითხოვენ მიმართულებებს თქვენი ბიზნესისკენ.

ის ასევე ყოფს მიმართულებების მოთხოვნების მთლიან რაოდენობას ქალაქის ან უბნის მიხედვით.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93

სატელეფონო ზარები

ეს სექცია გვიჩვენებს, როდის და რამდენად ხშირად დაურეკეს მომხმარებლებმა თქვენს ბიზნესს Google-ზე თქვენი პროფილის მეშვეობით. სექციის თავში, "სულ ზარები" აჩვენებს სატელეფონო ზარების საერთო რაოდენობას არჩეული დროის მონაკვეთისთვის.

გრაფიკი გვთავაზობს ტენდენციების ნახვის შესაძლებლობას სატელეფონო ზარების მიხედვით კვირის დღის ან დღის დროის მიხედვით. ეს საშუალებას აძლევს მარკეტერებსა და ბიზნეს ოპერატორებს იცოდნენ, როდის არის სავარაუდო, რომ მომხმარებლები დარეკავენ თქვენი GBP-ის ნახვის შემდეგ.

ფოტოები

და ბოლოს, GBP საშუალებას გაძლევთ შეამოწმოთ, რამდენად ხშირად ნახულობენ თქვენი ბიზნესის ფოტოებს Photo views გრაფიკითა და Photo quantity გრაფიკით. ასევე, გრაფიკებზე არის ხაზები, რომლებიც ადარებენ თქვენი ბიზნესის ფოტო მონაცემებს თქვენს მსგავსი სხვა ბიზნესების ფოტო მონაცემებს.

ამ ანგარიშგების კომპონენტის სექცია მოიცავს Insights-ის ნაყარ მონაცემებს:

- მფლობელის სულ ფოტოები.
- მფლობელის ფოტოების ნახვები.
- მომხმარებლის სულ ფოტოები.
- მომხმარებლის ფოტოების ნახვები.

Our Service

Local SEO
On Page SEO
Off Page SEO

Branding
Web Development
Google Ads

Social Media Marketing
PPC
E-mail Marketing

Contact Information

info@portali.ge
www.portali.ge
+995 577 11 99 93